

UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

École de Gestion

DBA 980 – Thèse

Les qualités de l'information sociétale divulguée volontairement
par les entreprises canadiennes et ses déterminants

Anne Marie Gosselin

Thèse présentée à l'École de gestion

comme exigence partielle
du doctorat en administration (DBA)
offert conjointement par l'Université de Sherbrooke
et l'Université du Québec à Trois-Rivières

Mai 2021

© Anne Marie Gosselin, 2021

UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE
École de Gestion

Les qualités de l'information sociétale divulguée volontairement
par les entreprises canadiennes et ses déterminants
Anne Marie Gosselin

Cette thèse a été évaluée par un jury composé des personnes suivantes :

Nivo Ravaonorohanta, Ph.D.	Présidente du jury
Sylvie Berthelot, Ph. D., FCPA, FCMA	Directrice de recherche
Sophie Spring, Ph. D.	Examinatrice externe
Hélène Bergeron, D. Sc. gestion, CPA, CA	Représentante de l'UQTR
Willie Gagnon	Représentant du milieu de pratique

SOMMAIRE

Depuis plusieurs années, la population est préoccupée par l'incidence des activités des entreprises sur l'économie, l'environnement et la société. Face à cette situation, certaines entreprises informent les parties prenantes de leurs pratiques socialement responsables à l'aide de divulgations extra-financières.

Dans plusieurs pays, ces divulgations sont réglementées et obligatoires. Toutefois, au Canada, à quelques exceptions près, la divulgation de ce type d'éléments d'information demeure une initiative volontaire. Les travaux antérieurs s'intéressant à ces divulgations révèlent que pour répondre aux besoins des utilisateurs, l'information doit être de qualité. Cependant, plusieurs études remettent en question la fidélité, la compréhensibilité et la vérifiabilité des divulgations volontaires à caractère social. De même, certaines études s'interrogent à savoir si l'information divulguée est porteuse de valeur ou s'il s'agit d'un outil de gestion des impressions. Il importe donc d'étudier les qualités de l'information découlant du reporting social dans un contexte volontaire ainsi que ses liens avec les caractéristiques des entreprises qui les divulguent.

Notre thèse vise donc à examiner l'incidence de certains déterminants organisationnels sur les qualités de l'information du reporting social volontaire. Les résultats de notre étude révèlent que les rapports sociaux tendent à divulguer de l'information favorable et à minimiser les événements négatifs à l'aide de différentes stratégies de gestion des impressions. L'information divulguée est également incomplète et difficilement compréhensible pour les utilisateurs. Néanmoins, lorsque les entreprises s'investissent en reporting social, l'information tend à être de meilleure qualité. Ainsi, notre étude contribue à identifier les comportements de gestion des impressions des entreprises et la qualité de l'information sociale divulguée de manière volontaire. De même, les résultats de notre étude apportent des données empiriques qui permettront aux utilisateurs et aux

instances réglementaires de mieux comprendre les lacunes actuelles du reporting sociétal volontaire.

RÉSUMÉ ET MOTS CLÉS

Les qualités de l'information sociétale divulguée volontairement par les entreprises canadiennes et ses déterminants

Notre thèse vise à examiner l'incidence de certains déterminants organisationnels sur les qualités de l'information du reporting sociétal volontaire. Les données quantitatives recueillies sur une période de trois ans proviennent des rapports sociétaux publiés par les entreprises canadiennes. Cette étude explore différents comportements organisationnels qui peuvent mener à des manipulations de l'information divulguée. Nos résultats révèlent que l'information divulguée dans les rapports sociétaux présente un biais favorable, un manque d'exhaustivité et de compréhensibilité. Ainsi, notre étude contribue à identifier les comportements de gestion des impressions des entreprises et la qualité de l'information sociétale divulguée de manière volontaire.

Mots clés (11) : neutralité, exhaustivité, vérifiabilité, compréhensibilité, lisibilité, obfuscation, reporting sociétal, divulgation d'information sociétale, divulgation volontaire, gestion des impressions, manipulations de l'information.

ABSTRACT AND KEYWORDS

The quality voluntarily disclosed sustainability information by Canadian corporations and its determinants

The aim of our thesis is to examine the impact of some organizational determinants on the quality of voluntary corporate societal responsibility reporting. The quantitative data was collected over a three-year period from publicly available sustainability reports from Canadian corporations. This study explores different organizational behaviors that can lead to manipulation of the information disclosed. Our results reveal that the information disclosed in sustainability reports present a favorable bias, a lack of completeness and understandability. Thus, our study helps to identify companies' impression management strategies and the quality of societal information disclosed on a voluntarily.

Keywords (11): neutrality, completeness, verifiability, understandability, readability, obfuscation, sustainability reporting, disclosure of societal information, voluntary disclosure, impression management, information manipulations.

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE	3
RÉSUMÉS ET MOTS CLÉS	5
ABSTRACT AND KEYWORDS	6
LISTE DES TABLEAUX.....	12
LISTE DES FIGURES	15
LISTES DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES	16
REMERCIEMENTS.....	17
INTRODUCTION	18
CHAPITRE 1 – PROBLÉMATIQUE MANAGÉRIALE.....	21
1.1 LA SITUATION ACTUELLE.....	21
1.1.1 La divulgation d’information à caractère sociétal	23
1.1.2 Les observations	24
1.1.3 Les particularités du contexte canadien.....	26
1.1.4 Les constats effectués pendant la résidence	26
1.2 LA PROBLÉMATIQUE MANAGÉRIALE	31
1.3 LA PRÉSENTATION DES QUESTIONS DE RECHERCHE À L’ÉTUDE	32
1.4 L’ÉNONCÉ DE LA QUESTION DE RECHERCHE	35
1.5 LES APPORTS ATTENDUS DE L’ÉTUDE	35
CHAPITRE 2 – CADRE THÉORIQUE.....	39
2.1 PREMIÈRE PARTIE : LA LITTÉRATURE SUR L’INFORMATION À CARACTÈRE SOCIÉTAL.....	39
2.1.1 La responsabilité sociétale et le développement durable	39
2.1.2 Le développement durable	39
2.1.3 La responsabilité sociétale des entreprises	41
2.2 LE REPORTING SOCIÉTAL.....	41
2.3 DEUXIÈME PARTIE : LES MOTIVATIONS À DIVULGUER DE L’INFORMATION À CARACTÈRE SOCIÉTAL DE MANIÈRE VOLONTAIRE.....	58
2.3.1 Les théories mobilisées pour expliquer les motivations à divulguer volontairement.....	58

2.3.2	La théorie des divulgations volontaires.....	61
2.3.3	La théorie des parties prenantes	66
2.3.4	La théorie de la légitimité.....	70
2.3.5	La théorie Néo-Institutionnelle.....	74
2.4	TROISIÈME PARTIE : LES QUALITÉS DE L'INFORMATION SOCIÉTALE.....	78
2.4.1	Les qualités de l'information.....	78
2.4.2	La théorie d'agence	78
2.4.3	La perspective fonctionnaliste-comportementale.....	82
2.5	LA PERSPECTIVE SYMBOLIQUE-INTERPRÉTATIVE.....	86
2.5.1	La représentativité de l'information divulguée	86
2.5.2	L'image organisationnelle	95
2.5.3	Les pratiques de Gouvernance.....	96
2.5.4	Le narcissisme managérial	99
2.5.5	La Financiarisation	103
2.6	LA FIDÉLITÉ.....	106
2.6.1	La neutralité.....	106
2.6.2	L'exhaustivité.....	113
2.6.3	L'exactitude.....	119
2.7	LA VÉRIFIABILITÉ	119
2.7.1	L'AA1000AS	120
2.7.2	L'ISAE 3000	121
2.7.3	L'audit de l'information à caractère sociétal pour évaluer la vérifiabilité.....	122
2.7.4	La vérifiabilité et l'image organisationnelle.....	126
2.7.5	La vérifiabilité et la gouvernance	128
2.8	LA COMPRÉHENSIBILITÉ	128
2.8.1	La compréhensibilité et l'image organisationnelle.....	131
2.8.2	La compréhensibilité et la financiarisation.....	132
2.9	LE MODÈLE INTÉGRATEUR ET LES HYPOTHÈSES DE RECHERCHE	133
	CHAPITRE 3 – MÉTHODOLOGIE	133
3.1	LE DEVIS DE RECHERCHE ET LE POSITIONNEMENT ÉPISTÉMOLOGIQUE	135

3.2	LES CHOIX MÉTHODOLOGIQUES.....	136
3.2.1	Les données à l'étude	137
3.2.2	L'échantillon sélectionné	138
3.3	LES MODÈLES DE RÉGRESSION ET LES MESURES DES VARIABLES	139
3.4	LES VARIABLES QUI COMPOSENT LE MODÈLE 1 : NEUTRALITÉ ET LE MODÈLE 2 : L'EXHAUSTIVITÉ DE L'INFORMATION À CARACTÈRE SOCIÉTAL.....	143
3.4.1	Les mesures de la Neutralité (NEUT _{jt}).....	145
3.4.2	Les mesures de l'information complète (EXH _{jt})	146
3.4.3	Les mesures des déterminants des qualités de l'information à caractère sociétal	147
3.4.4	Les variables de contrôle	157
3.5	LES VARIABLES QUI COMPOSENT LE MODÈLE 3 : VÉRIFIABILITÉ DE L'INFORMATION À CARACTÈRE SOCIÉTAL	161
3.5.1	Les mesures de la Vérifiabilité (VERIF _{jt})	162
3.6	LES VARIABLES QUI COMPOSENT LE MODÈLE 4 : OBFUSCATION ET LE MODÈLE 5 : LISIBILITÉ DE L'INFORMATION À CARACTÈRE SOCIÉTAL.....	164
3.6.1	Les mesures de la compréhensibilité.....	164
3.6.2	Les mesures de l'obfuscation (OBF _{jt})	165
3.6.3	Les mesures de la lisibilité (LISI _{jt}).....	168
CHAPITRE 4 – RÉSULTATS		173
4.1	STATISTIQUES DESCRIPTIVES.....	175
4.1.1	Les données générales sur l'entreprise	175
4.1.2	Les statistiques descriptives des qualités de l'information sociétale....	176
4.1.3	Les statistiques descriptives des déterminants de la qualité.....	179
4.1.4	Les statistiques descriptives des variables de contrôle.....	182
4.2	MODÈLE 1 : NEUTRALITÉ	184
4.2.1	Les statistiques descriptives de la neutralité.....	186
4.2.2	La validité du modèle de la neutralité	186
4.2.3	La relation entre la neutralité et ses déterminants	188
4.2.4	Les résultats liés aux déterminants de la qualité	193
4.2.5	Les résultats liés aux variables de contrôle	199

4.2.6	Les analyses supplémentaires et les tests non paramétriques.....	202
4.2.7	Conclusions sur les résultats liés au Modèle 1 : Neutralité.....	210
4.3	MODÈLE 2 : EXHAUSTIVITÉ.....	213
4.3.1	Statistiques descriptives de l'exhaustivité.....	215
4.3.2	La validité du modèle de l'exhaustivité.....	218
4.3.3	Les modèles de la relation entre l'exhaustivité et ses déterminants.....	219
4.3.4	Les résultats liés aux déterminants de la qualité	222
4.3.5	Les résultats liés aux variables de contrôle	232
4.4	MODÈLE 3 : VÉRIFIABILITÉ	235
4.4.1	Statistiques descriptives de la vérifiabilité	237
4.4.2	La validité du modèle de la vérifiabilité.....	238
4.4.3	Les modèles de la relation entre la vérifiabilité et ses déterminants	239
4.4.4	Les résultats liés aux déterminants de la qualité	240
4.4.5	Les résultats liés aux variables de contrôle	245
4.5	MODÈLE 4 : OBFUSCATION	246
4.5.1	Statistiques descriptives de l'obfuscation.....	248
4.5.2	La validité du modèle de l'obfuscation	250
4.5.3	Les modèles de la relation entre l'obfuscation et ses déterminants	251
4.5.4	Les résultats liés aux déterminants de la qualité	252
4.5.5	Les résultats liés aux variables de contrôle	260
4.6	MODÈLE 5 : LISIBILITÉ	262
4.6.1	Statistiques descriptives de la lisibilité.....	263
4.6.2	La validité du modèle de la lisibilité	266
4.6.3	Les modèles de la relation entre la lisibilité et ses déterminants.....	267
4.6.4	Les résultats liés aux déterminants de la qualité	270
4.6.5	Les résultats liés aux variables de contrôle	282
	CHAPITRE 5 – CONCLUSION	283
5.1	LES PRINCIPAUX RÉSULTATS ET CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE	288
5.2	LES CONTRIBUTIONS DE LA THÈSE	290
5.2.1	Les contributions théoriques.....	291

5.2.2 Les contributions méthodologiques de la thèse.....	292
5.2.3 Les contributions managériales de la thèse	293
5.2.4 Les avenues de recherche future et les limites de l'étude	297
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES	294
ANNEXE 1 – LA THÉORIE DES PARTIES PRENANTES ET LA DIVULGATION VOLONTAIRE D'INFORMATION SOCIÉTALE.....	352
ANNEXE 2 – LA THÉORIE DE LA LÉGITIMITÉ ET LA DIVULGATION VOLONTAIRE D'INFORMATION SOCIÉTALE.....	354
ANNEXE 3 – LA THÉORIE NÉO INSTITUTIONNELLE ET LA DIVULGATION VOLONTAIRE D'INFORMATION SOCIÉTALE.....	355
ANNEXE 4 – LA GESTION DES IMPRESSIONS ET LA DIVULGATION D'INFORMATION À CARACTÈRE SOCIÉTAL	357
ANNEXE 5 – REVUE DE LA LITTÉRATURE SUR LA GOUVERNANCE ET LE REPORTING SOCIÉTAL PAR RAO ET TILT (2016, P. 338)	371
ANNEXE 6 – LES ÉTUDES CANADIENNES LIÉES AU REPORTING SOCIÉTAL	377
ANNEXE 7 – MESURE DE L'INFORMATION SOCIÉTALE COMPLÈTE TELLE QUE PRÉSENTÉE PAR BERTHELOT <i>ET AL.</i> (2013).....	382
ANNEXE 8 – MESURE DU CONTENU DES RAPPORTS D'ASSURANCE DE PEREGO ET KOLK (2012) P. 187-188 (TRADUCTION LIBRE)	402
ANNEXE 9 – BOARD GAMES – MÉTHODOLOGIE.....	406
ANNEXE 10 – LES RÉSULTATS DU GLOBE AND MAIL CORPORATE BOARD GAMES – 2018 ABRÉGÉS PAR CATÉGORIE.....	443
ANNEXE 11 – L'ANALYSE DES RANGS – TESTS MANN WHITNEY U.....	462

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 2.1 Les initiatives volontaires reconnues mondialement.....	47
Tableau 2.2 Les dix principes des Nations Unies.....	48
Tableau 2.3 Les notes accordées pour la participation au CDP	51
Tableau 2.4 Les éléments constitutifs et les principes directeurs de l'IIRC (2013)...	54
Tableau 2.5 Les principes de reporting de la GRI.....	56
Tableau 2.6 Les parties prenantes d'une entreprise.....	66
Tableau 2.7 Le Greenwashing, revue de la littérature de Seele et Gatti (2015).....	91
Tableau 2.8 Les déterminants de la qualité de l'information sociétale	95
Tableau 2.9 L'hubris des PDG (Petit et Bollaert, 2012) et les critères du narcissisme managérial (Craig et Amernic, 2010).....	102
Tableau 2.10 La neutralité de l'information à caractère sociétal	107
Tableau 2.11 L'exhaustivité de l'information à caractère sociétal.....	115
Tableau 2.12 Les principes de l'AA1000	120
Tableau 2.13 La comparaison entre l'AA1000AS et l'ISAE 3000 selon KPMG et AccountAbility (2005).....	122
Tableau 2.14 La vérifiabilité de l'information à caractère sociétal.....	126
Tableau 2.15 La compréhensibilité de l'information à caractère sociétal	131
Tableau 3.1 La constitution de l'échantillon	139
Tableau 3.2 Les critères d'analyse de contenu des communications de Janis et Fadner (1943)	149
Tableau 3.3 Mesure du narcissisme managérial selon Chatterjee et Hambrick (2007)	153
Tableau 3.4 Les mesures de la financiarisation.....	156
Tableau 3.5 Les variables du modèle RGD.....	166
Tableau 3.6 Les outils de lisibilité utilisés dans le cadre de notre étude.....	170
Tableau 3.7 Les hypothèses de recherche et les variables analysées	173

Tableau 4.1 Composition de l'échantillon final par secteur d'activité.....	175
Tableau 4.2 Fréquence des entreprises dans l'échantillon final	176
Tableau 4.3 Les statistiques descriptives des qualités de l'information sociétale....	178
Tableau 4.4 Les statistiques descriptives des déterminants de la qualité	181
Tableau 4.5 Les statistiques descriptives des déterminants de la qualité	181
Tableau 4.6 Les statistiques descriptives des variables de contrôle	183
Tableau 4.7 Les statistiques descriptives des variables de contrôle	183
Tableau 4.8 Les statistiques descriptives par secteur d'activité — Neutralité	186
Tableau 4.9 Estimateurs des coefficients de corrélations entre les variables du modèle de la neutralité de l'information sociétale — Neutralité	190
Tableau 4.10 Résultats des analyses de la neutralité (H1a à H1d)	191
Tableau 4.11 Résultats des tests du Chi-Deux – Neutralité	203
Tableau 4.12 Tableaux croisés – Neutralité	204
Tableau 4.13 Résultats des tests Mann-Whitney U ¹ – Neutralité.....	205
Tableau 4.14 Résultats des tests Kolmogorov-Smirnov – Neutralité.....	206
Tableau 4.15 Synthèse des résultats obtenus - Neutralité	212
Tableau 4.16 Statistiques descriptives par caractéristiques – Exhaustivité.....	215
Tableau 4.17 Statistiques descriptives par secteur d'activité – Exhaustivité	217
Tableau 4.18 Estimateurs des coefficients de corrélations entre les variables du modèle de la neutralité de l'information sociétale – Exhaustivité	221
Tableau 4.19 Résultats des tests du Chi-Deux – Exhaustivité	223
Tableau 4.20 Tableaux croisés – Exhaustivité	224
Tableau 4.21 Résultats du test Mann-Whitney U ¹ – Exhaustivité	225
Tableau 4.22 Test Kolmogorov-Smirnov – Exhaustivité.....	226
Tableau 4.23 Statistiques descriptives par caractéristiques – Vérifiabilité	237
Tableau 4.24 Statistiques descriptives par secteur d'activité – Vérifiabilité.....	238

Tableau 4.25 Estimateurs des coefficients de corrélations entre les variables du modèle de la neutralité de l'information sociétale – Vérifiabilité.....	240
Tableau 4.26 Résultats des tests du Chi-Deux – Vérifiabilité.....	241
Tableau 4.27 Tableaux croisés – Vérifiabilité.....	242
Tableau 4.28 Résultats du test Mann-Whitney U^1 – Vérifiabilité.....	243
Tableau 4.29 Test Kolmogorov-Smirnov – Vérifiabilité	243
Tableau 4.30 Statistiques descriptives par caractéristiques – Obfuscation	249
Tableau 4.31 Statistiques descriptives par secteur d'activité – Obfuscation.....	249
Tableau 4.32 Estimateurs des coefficients de corrélations entre les variables du modèle de la neutralité de l'information sociétale – Obfuscation.....	252
Tableau 4.33 Résultats des tests du Chi-Deux – Obfuscation.....	254
Tableau 4.34 Tableaux croisés – Obfuscation.....	255
Tableau 4.35 Résultats du test Mann-Whitney U^1 – Obfuscation.....	256
Tableau 4.36 Test Kolmogorov-Smirnov – Obfuscation	256
Tableau 4.37 Statistiques descriptives mesure de la lisibilité	264
Tableau 4.38 Statistiques descriptives par secteur d'activité – Lisibilité.....	265
Tableau 4.39 Estimateurs des coefficients de corrélations entre les variables du modèle de la neutralité de l'information sociétale – Lisibilité.....	269
Tableau 4.40 Résultats des tests du Chi-Deux – Lisibilité.....	271
Tableau 4.41 Tableaux croisés – Lisibilité.....	273
Tableau 4.42 Résultats du test Mann-Whitney U^1 – Lisibilité.....	275
Tableau 4.43 Test Kolmogorov-Smirnov – Lisibilité	277
Tableau 4.44 Synthèse des résultats	286

LISTE DES FIGURES

Figure 1.1	Le cheminement de la résidence	25
Figure 1.2	Le modèle de recherche	33
Figure 2.1	Le processus de création de valeur (IIRC, 2013).....	53
Figure 2.2	Les théories mobilisées pour examiner les motivations à divulguer volontairement de l'information sociétale.....	60
Figure 2.3	Les motivations à présenter de l'information sociétale selon la théorie des divulgations volontaires.....	65
Figure 2.4	Les motivations à présenter de l'information sociétale selon la théorie des parties prenantes	69
Figure 2.5	Les approches et les dynamiques comportementales de la théorie de la légitimité.....	71
Figure 2.6	Les qualités de l'information dans une perspective orientée vers la divulgation d'information.....	81
Figure 2.7	La place de la gestion des impressions dans la divulgation d'information	89
Figure 2.8	Les qualités de l'information à caractère sociétal dans un contexte de hasard moral.....	93
Figure 2.9	Financiarisation et distribution des revenus.....	104
Figure 2.10	Catégorisation des pratiques d'audit de l'information sociétale	125
Figure 2.11	Le modèle intégrateur des hypothèses	134
Figure 3.1	Exemple d'un graphique faisant preuve de distorsion et d'un graphique sans distorsion	167

LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES

AA1000	AccountAbility 1000
AA1000AS	AccountAbility 1000 Assurance Standards
ACVM	Autorités Canadiennes en Valeurs Mobilières
CDP	Carbon Disclosure Project
CPA	Comptables Professionnels Agréés
DD	Développement Durable
GIEC	Groupe d'experts Intergouvernemental sur l'Évolution du Climat
GRI	Global Reporting Initiative
IAASB	International Auditing and Assurance Standards Board
IFRS	International Financial Reporting Standards
ISO	International Organization for Standardization
OSC	Ontario Securities Commission
PM	Pacte Mondial des Nations Unies
PRI	Principles for Responsible Investments
RI	Reporting Intégré
RSE	Responsabilité Sociétale des Entreprises
SEC	Securities and Exchange Commission
TCFD	Task force on Climate-Related Financial Disclosure

REMERCIEMENTS

Je souhaite tout d'abord remercier ma directrice de thèse Sylvie Berthelot pour sa disponibilité, son écoute et ses précieux conseils. Sylvie est devenue ma « mère académique » et elle a su me guider tant dans ma thèse que ma carrière académique. *J'ai hâte de travailler avec toi sur des nouveaux projets et j'espère avoir une carrière comme la tienne.*

Merci aux membres du jury, Nivo Ravanorhanta, Hélène Bergeron, Sophie Spring et Willie Gagnon qui ont accepté de lire ma thèse et m'ont offert de nombreux conseils. Je remercie également tous les collègues avec qui j'ai eu la chance de travailler au cours des cinq dernières années.

Je remercie également l'ESG UQAM pour son soutien financier, de même que la fondation de l'ordre des comptables professionnels agréés du Québec et la fondation de l'Université de Sherbrooke pour les bourses d'études qui m'ont permis de faire ma thèse sans tracas financier.

À ma mère, la personne qui m'appuie dans tous mes projets. *Ma Loulou, tu es ma plus grande cheerleader, je pense que tu as fait un doctorat par téléphone, tellement je t'ai appelé dans les cinq dernières années.* À mon père, ce grand homme qui m'encourage silencieusement et qui est toujours fier de sa petite fille. *Tu as toujours dit vouloir une fille qui forgeait son propre chemin, j'espère que l'aboutissement de cette thèse en est une preuve.*

Je remercie tout particulièrement mon conjoint et collègue, Antonello qui, malgré toutes ses obligations, a pris le temps de lire et relire ma thèse. Ton soutien dans la dernière année a été essentiel à ma santé mentale. À Fabio, qui m'a souvent demandé si je travaillais ENCORE sur ma thèse. J'espère que tu trouveras des projets qui te passionneront autant. Vous amenez de la joie et de l'émerveillement quotidien à ma vie.

À Sébastien Deschênes, doyen de la faculté d'administration à l'Université de Moncton et professeur de comptabilité, merci de m'avoir recommandée comme étudiante à ma directrice de thèse et d'avoir cru en mon potentiel. Je te remercie de toutes les opportunités que tu m'as offertes à l'Université de Moncton depuis mes débuts en comptabilité.

À ma famille et mes proches, mon frère Alexandre, ma belle-sœur Jill, mes amies de longue date Inda et Rayo, je sais que les dernières années ont été mouvementées et que cette thèse était ma plus grande priorité. J'ai hâte de passer plus de temps avec vous.

Enfin, à mes collègues, amis et amies à l'Université de Sherbrooke et à L'ESG UQAM, merci de votre écoute, de votre patience et de vos encouragements. J'ai déménagé seule au Québec le 26 décembre 2015 et vous m'avez permis de me créer une nouvelle vie bien remplie.

INTRODUCTION

Dans notre société actuelle de consommation et d'abondance, il est primordial de se demander si les générations futures auront accès à la même qualité de vie dont nous jouissons aujourd'hui. Les entreprises jouent un rôle important pour répondre aux besoins croissants des humains. Cependant, celles-ci sont bien souvent responsables de nombreux déchets et effluents qui se répercutent sur la qualité de l'air, de l'eau et des sols dont les humains dépendent. Les parties prenantes, conscientes de ces répercussions, souhaitent donc obtenir de l'information sur les responsabilités sociétales de ces entreprises. Pour répondre à ces attentes, certaines entreprises effectuent du reporting sociétal.

Le reporting sociétal fait l'objet d'une tendance accrue depuis les années 1970 et certains pays, comme la France et le Danemark, ont choisi de rendre les divulgations sociétales obligatoires (Bebbington, Unerman et O'Dwyer, 2014; Chung et Cho, 2018). Or, pour d'autres pays, comme le Canada, la divulgation sociétale demeure une initiative volontaire et peu réglementée. Au fil des années, la littérature s'est intéressée à la nécessité de réglementer cette information et à son utilité pour les parties prenantes. Ces travaux ont remis en question la valeur et les qualités de l'information sociétale; à savoir si ce reporting est un outil de marketing ou un réel instrument de mesure des responsabilités sociétales.

Notre étude porte sur les qualités de l'information sociétale divulguée par les entreprises canadiennes dans un contexte de divulgation volontaire. Au Canada, les entreprises sont libres de divulguer ou non de l'information à caractère sociétal. Elles peuvent également choisir la nature et l'étendue de l'information présentée. Parmi les travaux antérieurs portant sur les motivations à divulguer de l'information sociétale, certaines caractéristiques organisationnelles semblent avoir une incidence sur les qualités de l'information sociétale. Ainsi, nous posons la question de recherche suivante : **quelle est**

l'incidence de certains déterminants relevés dans les travaux antérieurs sur les qualités de l'information sociétale divulguée volontairement dans le contexte canadien ?

Pour explorer cette question, une approche quantitative est proposée. Celle-ci est basée sur la prémisse que certaines caractéristiques des entreprises se répercutent sur les qualités de l'information à caractère sociétal divulguée. En effet, selon les travaux antérieurs, l'occurrence de certains comportements, tels que l'occurrence de comportements court-termistes des dirigeants, l'occurrence de dirigeants narcissiques, certaines pratiques de gouvernance; et l'image perçue publiquement par les parties prenantes peuvent possiblement avoir une incidence significative sur les qualités de l'information sociétale divulguée par les entreprises. En plus, notre étude s'intéresse aussi à l'incidence d'autres déterminants qui ont un impact sur les qualités de l'information financière. Cette relation sera examinée à l'aide de modèles de régression linéaire.

De manière globale, notre thèse propose que les rapports sociétaux présentent de nombreuses lacunes au niveau de la qualité. Les résultats démontrent qu'en moyenne, dans les rapports sociétaux, plus du tiers des graphiques présentent des distorsions significatives et favorables et que 56 % des graphiques sont à tendance favorable. De même, les rapports sociétaux demeurent très difficiles à lire sans détenir une expertise dans le domaine.

Malgré l'abondance d'information divulguée et la longueur des rapports sociétaux, ceux-ci ne semblent pas procurer aux lecteurs une vue d'ensemble, complète et exhaustive, des entreprises en matière de RSE. On dénote également que ces entreprises font usage de différentes stratégies de gestion des impressions, telles que des manipulations du discours, des manipulations visuelles et structurelles des images et des graphiques. Néanmoins, les pratiques de gouvernance semblent avoir un impact favorable sur l'exhaustivité de l'information. En effet, les pratiques de gouvernance reconnues, tel que les comités de

gouvernance liés à la RSE peuvent agir comme mécanisme de contrôle aux comportements déviants des dirigeants.

Par ailleurs, certains secteurs d'activité, tels que celui des matériaux, soit un secteur dit sensible, semblent se démarquer en termes de qualité. En effet, nos résultats démontrent que les entreprises œuvrant dans ce secteur présentent de l'information plus exhaustive et compréhensible que les autres secteurs. Ces résultats permettent donc d'expliquer, du moins en partie, les tendances par secteur d'activité. D'ailleurs, les entreprises rentables et de grande taille divulguent de l'information plus équilibrée, mais celle-ci est moins lisible.

Les chapitres se résument comme suit. Le premier chapitre expose la problématique étudiée ainsi que notre question de recherche. Le second chapitre présente une revue des travaux antérieurs permettant de comprendre l'évolution du reporting sociétal et les motivations sous-jacentes à la divulgation sociétale. Ce chapitre se penche également sur les problèmes d'asymétrie d'information entre les dirigeants et les investisseurs, de même que de la gestion des impressions par la divulgation d'information à caractère sociétal. Le troisième chapitre décrit la méthodologie privilégiée, l'échantillon prévu et définit les différentes mesures des variables privilégiées pour les analyses. Enfin, les quatrième et cinquième chapitres présentent les résultats, les principales conclusions et les contributions attendus de l'étude.

CHAPITRE 1

PROBLÉMATIQUE MANAGÉRIALE

1.1 LA SITUATION ACTUELLE

Au cours des dernières années, la population est de plus en plus préoccupée par les effets de la croissance économique, les enjeux environnementaux et les inégalités sociales. Cet intérêt vient de l'attention médiatique accrue et des rapports des Nations Unies qui sonnent l'alarme sur ces enjeux. En effet, la croissance économique et l'industrialisation, jusqu'alors considérées comme bénéfiques à la progression de la société, menacent aujourd'hui la capacité de régénération de la planète et le bien-être des générations futures (Anctil et Diaz, 2016; Intergovernmental Panel on Climate Change, 2018; International Labour Organisation, 2018a). Pour les Nations Unies (2019b) et le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) (2018), les changements climatiques et l'accroissement des émissions de gaz à effet de serre représentent l'un des plus grands enjeux de notre époque.

À l'ère industrielle, les émissions de gaz à effet de serre ont atteint des niveaux records (Anctil et Diaz, 2016; Intergovernmental Panel on Climate change, 2018; Nations Unies, 2019b). Les activités des entreprises, telles que la déforestation, l'agriculture à grande échelle et la combustion d'énergies fossiles, accroissent ces émissions et engendrent une hausse de la température globale de la planète (Anctil et Diaz, 2016; Intergovernmental Panel on Climate change, 2018; Nations Unies, 2019b). Ce réchauffement engendre la fonte de la cryosphère (l'eau à l'état solide) et augmente le niveau des océans (Nations Unies, 2019b). Au cours des 100 dernières années, le niveau des océans a augmenté en moyenne de 19 cm et pourrait s'élever à près de 30 cm d'ici 2065 (Nations Unies, 2019b). Devant cette situation, les Nations Unies pressent les pays à agir et à lutter contre les changements climatiques, par diverses initiatives comme l'Accord de Paris conclu en 2015. Cet accord mise sur l'engagement des parties, composées à ce jour de 184 pays, à prendre des mesures afin de

maintenir la hausse de la température globale à moins de 1,5 degré Celsius aux niveaux préindustriels (Intergovernmental Panel on Climate change, 2018; Nations Unies, 2019b, 2019a). Les recherches en changements climatiques estiment qu'une hausse de 1,5 degré Celsius aurait des répercussions majeures et irréversibles sur les écosystèmes (Intergovernmental Panel on Climate change, 2018; Nations Unies, 2019b), notamment des changements menaçant d'extinction jusqu'à 15 % de la biodiversité et à une perte de 70 à 90 % des récifs coralliens qui protègent les zones côtières (Intergovernmental Panel on Climate change, 2018; Nations Unies, 2019b). Dès lors, il s'avère urgent pour les entreprises et les gouvernements de s'engager dans la protection de l'environnement et la lutte contre les changements climatiques.

En outre, les activités des entreprises causent de nombreuses préoccupations d'ordre social. En effet, les entreprises tentent d'accroître leur production, tout en minimisant les coûts afin de satisfaire les besoins insatiables des actionnaires. Certaines entreprises déplacent même leur production dans des pays en voie de développement, puisque la main-d'œuvre est disponible et à faible coût, en raison de la précarité économique et des normes de travail moins exigeantes (International Labour Organisation, 2018a; Internationale Arbeitsorganisation, 2014). Dans cette situation, la santé et la sécurité des travailleurs ne sont pas la priorité. À l'échelle mondiale, il est estimé que 1,4 milliard de personnes sont sujettes à travailler dans des conditions dangereuses pour leur santé et leur sécurité (International Labour Organisation, 2018a). Celles-ci occasionnent près de 2,78 millions de décès par année, soit une personne toutes les 11 secondes (International Labour Organization, 2019). Parmi ces travailleurs, dits vulnérables, plus de 400 millions sont dépourvus de protection sociale et plus de 300 millions vivent dans des situations d'extrême pauvreté, soit avec moins de 1,90 \$ par jour (International Labour Organisation, 2018b). Par ailleurs, selon l'International Labour Organization (2018), 152 millions d'enfants travaillent, dont 73 millions dans des conditions dangereuses susceptibles de nuire « à la santé, à la sécurité ou à la moralité de l'enfant » (p. 3). De plus, 10 millions d'enfants sont estimés être impliqués

dans l'esclavage moderne, soit dans des travaux forcés ou des mariages forcés (Internationales Arbeitsamt, Walk Free Foundation et International Organization for Migration, 2017). En somme, ces préoccupations soulignent la nécessité pour les gouvernements et les entreprises d'agir envers le bien-être de la société. Les enjeux environnementaux, économiques et sociaux sont la responsabilité de tous les individus, les entreprises et les gouvernements (Association française de Normalisation, 2003; World Health Organization, 2018).

De manière concrète, certaines entreprises subissent les pressions des consommateurs, des communautés et d'autres parties prenantes pour s'engager dans des activités socialement responsables. Devant ces pressions, les entreprises et les gouvernements cherchent des moyens de répondre à ces inquiétudes. Les gouvernements peuvent imposer différentes réglementations pour contrôler les activités des entreprises. De leur côté, les entreprises peuvent agir et informer les parties prenantes de leurs pratiques socialement responsables. L'engagement des entreprises peut se manifester sous différentes formes, telles que l'adhérence à des initiatives en responsabilité sociétale, des certifications environnementales et l'implantation de politiques sociétales (Adams & Larrinaga, 2019; CPA Canada, 2020). Ces entreprises peuvent ensuite présenter leurs efforts à leurs parties prenantes à l'aide de la divulgation d'information.

1.1.1 La divulgation d'information à caractère sociétal

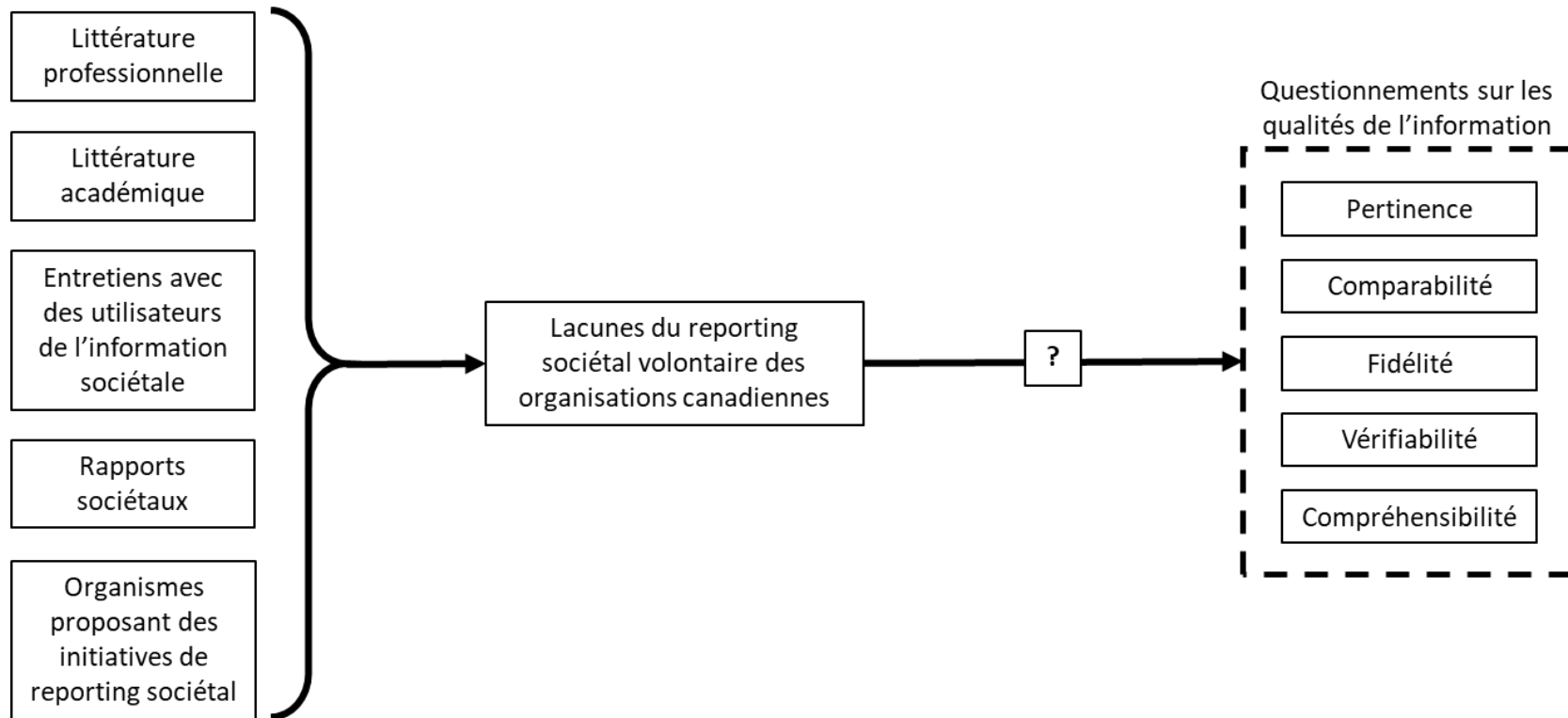
Depuis les années 1970, la divulgation d'information à caractère sociétal fait l'objet d'une tendance accrue à l'échelle mondiale (Adams et Larrinaga, 2019; Bebbington et al., 2014; Huang et Watson, 2015; KPMG, 2020; Tschopp et Huefner, 2015). En effet, depuis 2011, plus de 90 % des entreprises du G250 Mondial présentent des rapports sociétaux (KPMG, 2020). Certains pays ont même opté pour la réglementation de l'information sociétale. Or, d'autres pays, comme le Canada, misent surtout sur l'engagement volontaire

des organisations (CPA Canada, 2013; KPMG International, GRI, United Nations Environment Programme et Centre for Corporate Governance in Africa, 2016; Perrault Crawford et Clark Williams, 2010). Les travaux antérieurs (Cowan et Gadenne, 2005; Perrault Crawford et Clark Williams, 2010) traitant de ces aspects relèvent que la divulgation obligatoire permet d'assurer la conformité et la fidélité des informations divulguées; tandis que la divulgation volontaire permet aux entreprises de s'engager sans contrainte (Fallan et Fallan, 2009; Maltby, 1997; Thirarungrueang, 2013). Cependant, plusieurs études soulèvent des questions quant aux motivations des entreprises qui divulguent volontairement de l'information à caractère sociétal, à savoir si ce reporting est porteur de qualité ou s'il s'agit plutôt d'un outil de relations publiques (Bansal et Clelland, 2004; Berliner et Prakash, 2014; Boiral, 2013, 2016; Boiral et Henri, 2017; Diouf et Boiral, 2017; Journault et Levant, 2017; Kim, Kim et Kim, 2014; Kolk, Levy et Pinkse, 2008; Rezaee, 2016; Sethi et Schepers, 2014; Talbot et Boiral, 2015, 2018). Ainsi, en raison de l'intérêt grandissant pour la divulgation sociétale, de la croissance de la réglementation et des questions liées aux qualités de l'information divulguée, il apparaît important d'étudier les qualités de l'information sociétale divulguée dans un contexte volontaire.

1.1.2 Les observations

Lors de la période de résidence, la cueillette de données a porté sur les qualités de l'information sociétale divulguée. Il y a eu des entrevues avec les représentants des organismes proposant des initiatives de reporting et des utilisateurs d'information sociétale de grandes entreprises canadiennes. De plus, une revue des rapports sociétaux, des travaux académiques et des travaux professionnels a été réalisée. La Figure 1.1 présente le cheminement de la période de résidence.

Figure 1.1
Le cheminement de la résidence



Gosselin (2021)

1.1.3 Les particularités du contexte canadien

Au Canada, la divulgation d'information sociétale demeure une initiative volontaire pour la majorité des entreprises (CPA Canada, 2013, 2017a; Gouvernement du Canada, 2002; KPMG International *et al.*, 2016); tandis que plusieurs pays européens optent pour la réglementation (European Commission, 2011; KPMG International *et al.*, 2016). D'ailleurs, certains utilisateurs ont noté que les divulgations sociétales européennes dépassent celles des entreprises canadiennes, ce qui remet en question la nécessité de réglementer la divulgation d'information sociétale au Canada (Entrevue pour la résidence, 2018; Principles for Responsible Investment, 2018; Schneider, Michelin et Paananen, 2018). Parmi les partisans de la réglementation se trouvent l'Ontario Securities Commission (OSC) et les Autorités canadiennes en valeurs mobilières (ACVM). Ces organismes affirment que les utilisateurs sont actuellement insatisfaits de l'information divulguée et qu'il est nécessaire de légiférer afin d'améliorer la clarté, la concision, la fiabilité et la comparabilité de l'information (Autorités canadiennes en valeurs mobilières, 2018; Ontario Securities Commission, 2018). Pour sa part, CPA Canada (2018b) recommande que les mesures de performance de l'information hors des états financiers, telles que l'information sur la RSE, soient soumises à des critères similaires aux états financiers, tels que le caractère significatif, les politiques, les contrôles et la création de valeur.

1.1.4 Les constats effectués pendant la résidence

Lors de la résidence, nous avons noté que, malgré les intérêts et les besoins divergents des parties prenantes (Autorités canadiennes en valeurs mobilières, 2018; Chung & Cho, 2018; CPA Canada, 2020), celles-ci reconnaissent l'importance d'intégrer l'information sociétale dans leurs évaluations des entreprises (Autorités canadiennes en valeurs mobilières, 2018; Lemoine, 2018; Ontario Securities Commission, 2018; Principles for Responsible Investment, 2018c). Pour ces utilisateurs, l'une des priorités est l'établissement d'un dialogue permettant d'acquérir une compréhension du contexte sociétal et d'établir un lien entre les

données financières et non financières (CPA Canada, 2017b, 2018b, 2020; Entrevue pour la résidence, personal communication, November 22, 2018; Principles for Responsible Investment, 2018c). Ainsi, au terme de la période de résidence, nous avons établi certains constats sur les qualités actuelles de l'information sociétale divulguée, telles que décrites par l'International Accounting Standards Board (2010), soit : la pertinence, la comparabilité, la compréhensibilité, la fidélité et la vérifiabilité.

1.1.4.1 La pertinence

L'information est dite pertinente lorsqu'elle influence les décisions prises par les utilisateurs (International Accounting Standards Board, 2010). Lors de la résidence, certains investisseurs interviewés ont affirmé prendre en compte l'information sociétale dans leurs décisions d'investissements (CPA Canada, 2017a; Lemoine, 2017; Ontario Securities Commission, 2018; Principles for Responsible Investment, 2018c). Au cours des dernières années, la tendance vers l'investissement responsable est en croissance (Jiwa, 2018a, 2018b; MÉDAC, 2014; Principles for Responsible Investment, 2018b). En effet, selon les Principles for Responsible Investment (2018b), près de 22,89 trillions de dollars sont investis dans des investissements socialement responsables à l'échelle mondiale. Au Canada, ceux-ci représentent 1,5 trillion de dollars (Jiwa, 2018a). Le plus grand promoteur de l'investissement responsable et de la création de valeur à long terme est l'initiative des Principles for Responsible Investment (PRI) (Principles for Responsible Investment, 2018b). Ces principes visent notamment à encourager les investisseurs à intégrer l'incidence des activités des entreprises sur l'environnement, la société et la gouvernance (Principles for Responsible Investment, 2018a). Commencés en 2005, les PRI sont issus d'un partenariat entre le Pacte Mondial des Nations Unies et le Programme des Nations Unies pour l'environnement (Principles for Responsible Investment, 2018a). Ils ont enregistré plus de 1 186 signataires à travers le monde, ce qui démontre l'intérêt des utilisateurs envers l'investissement socialement responsable (Principles for Responsible Investment, 2018b). Par ailleurs, plusieurs travaux ont associé la divulgation de certains éléments d'information sociétale à

une plus grande valeur au marché (AccountAbility, 2008a; Benlemhi, Ge et Zhao, 2018; Berthelot, Cormier et Magnan, 2003; Cahan, De Villiers, Jeter, Naiker et Van Staden, 2016; Calveras et Ganuza, 2016; Clarkson *et al.*, 2013; Cormier et Magnan, 2003, 2007; Cormier, Magnan et Van Velthoven, 2005; Fazzini et Dal Maso, 2016; Gao, Dong, Ni et Fu, 2016; Hubbard, 2011; Ingram, 1978; Jones, Frost, Loftus et Laan, 2007; Plumlee *et al.*, 2015; Rhianon Edgley, Jones et Solomon, 2010) et à une meilleure réputation (Baraibar-Diez et Luna Sotorrió, 2018; Ekatah, Samy, Bampton et Halabi, 2011; Laufer, 2003; Zeng, 2016). Ainsi, certaines informations sociétales semblent pertinentes et prises en compte par les investisseurs. Cette qualité ne semble pas soulever d'importants questionnements.

1.1.4.2 La comparabilité

En revanche, l'une des lacunes concernant l'utilisation de l'information sociétale semble être le manque de comparabilité (CPA Canada, 2017a; Lemoine, 2017; Ontario Securities Commission, 2018; Principles for Responsible Investment, 2018c). La comparabilité est la capacité de comparer l'information d'une organisation avec d'autres organisations ou sur différentes périodes (International Accounting Standards Board, 2010). Cependant, dans un contexte volontaire, l'information divulguée tend à être qualitative et à manquer d'uniformité, en raison de la nature abstraite des mesures (Diouf et Boiral, 2017; Ilinitich, Soderstrom et Thomas, 1998; Kolk *et al.*, 2008; Ontario Securities Commission, 2018; Principles for Responsible Investment, 2018b). Pour remédier au manque de comparabilité, des auteurs suggèrent la normalisation (Ballou, Heitger, Landes et Adams, 2006; Boiral et Henri, 2017; Hubbard, 2011; Lament, 2015; Miller, 1978) et l'instauration de contrôles, tels que la mise en place de certains mécanismes de gouvernance (Endrawes, Feng, Lu et Shan, 2018). Néanmoins, dans un contexte de divulgation volontaire, les entreprises demeurent libres de divulguer l'information qu'elles désirent, ce qui semble nuire à la comparabilité.

1.1.4.3 La compréhensibilité

Parfois, les utilisateurs possèdent peu de connaissances pour interpréter les données sociétales, ce qui peut nuire à la compréhension des enjeux (Autorités canadiennes en valeurs mobilières, 2018; Principles for Responsible Investment, 2018c). D'ailleurs, lors de la résidence, certains utilisateurs et préparateurs des rapports sociétaux ont noté le manque d'expertise quant à l'évaluation des indicateurs (Entrevue pour la résidence, 2018; Ontario Securities Commission, 2018; Principles for Responsible Investment, 2018 c). Dans cette situation, les utilisateurs peuvent avoir de la difficulté à discerner le réel engagement du *greenwashing*¹ (BSR et Futerra, 2009; Lemoine, 2014; Principles for Responsible Investment, 2018). Parmi les signes de *greenwashing*, la présentation d'informations trompeuses et l'adoption d'un jargon complexe compris uniquement par les experts du domaine peuvent être utilisées pour manipuler les parties prenantes (BSR et Futerra, 2009; Laufer, 2003; Seele et Gatti, 2015). En effet, les travaux antérieurs soulèvent que les communications sociétales sont, de manière générale, difficiles à lire et à comprendre, lorsque les utilisateurs ne disposent pas d'un expert en responsabilité sociétale (Abu Bakar et Ameer, 2011; Cho, Michelin et Patten, 2012; du Toit, 2017).

1.1.4.4 La fidélité

Dans une perspective de fidélité de l'information, les entreprises devraient divulguer de l'information neutre, exhaustive et exacte, même si certains sujets semblent controversés ou complexes (CPA Canada, 2018a). Cependant, dans un contexte de divulgation volontaire, les entreprises peuvent être tentées de divulguer des informations sociétales positives (BSR et Futerra, 2009; Caron et Turcotte, 2009; Cowan et Gadenne, 2005; Dobbs et van Staden, 2016; Sandberg et Holmlund, 2015; Talbot et Boiral, 2018) et de minimiser les informations négatives (CPA Canada, 2018; de Villiers et van Staden, 2006; Deegan, Rankin et Tobin,

¹ Une définition du *greenwashing* est fournie à la section 13.1.2

2002; Du et Vieira, 2012; Entrevue pour la résidence, 2018; Principles for Responsible Investment, 2018c; Talbot et Boiral, 2015; 2018), ce qui nuit à la neutralité et à l'exhaustivité (Boiral et Henri, 2017; Devin, 2016; Ferguson, Sales de Aguiar et Fearfull, 2016; Hubbard, 2011; Hummel et Schlick, 2016; Ilinitich *et al.*, 1998; International Accounting Standards Board, 2010; Journault et Levant, 2017; Lim, White, Lee et Yuningsih, 2017). En effet, lorsque l'information est incomplète ou insuffisante (peu de données quantitatives sont fournies), il peut être difficile pour les utilisateurs de prendre des décisions éclairées (Beretta *et al.*, 2019; Boiral & Henri, 2017; CPA Canada, 2018a; Devin, 2016; Ferguson *et al.*, 2016; Hubbard, 2011; Hummel & Schlick, 2016; Ilinitich *et al.*, 1998; Journault & Levant, 2017; Lim *et al.*, 2017; MÉDAC, 2016; Principles for Responsible Investment, 2018b). Ainsi, il semble que malgré l'importance accordée à la divulgation d'information à caractère sociétal, certaines parties prenantes demeurent préoccupées par la fidélité et la crédibilité de l'information divulguée par les entreprises canadiennes.

1.1.4.5 La vérifiabilité

La vérifiabilité est associée à la fidélité (Adams et Evans, 2004; Hodge, Subramaniam et Stewart, 2009; Sethi, Martell et Demir, 2017; Sheldon, 2016), puisqu'elle concerne la capacité de différents observateurs à arriver aux mêmes conclusions à la suite de leurs analyses (International Accounting Standards Board, 2010). Cependant, lors de la résidence, les investisseurs ont soulevé que le manque de mesures précises et de données quantitatives décrivant les impacts, les risques et les enjeux sociétaux pouvait rendre difficile la vérifiabilité (Beretta *et al.*, 2019; CPA Canada, 2018a; Jiwa, 2018a, 2018b; Principles for Responsible Investment, 2018b, 2018c). Ainsi, lorsque peu de données et d'éléments probants sont disponibles, les utilisateurs tendent à remettre en question la crédibilité de l'information (BSR et Futerra, 2009).

En somme, les constats effectués pendant la période de résidence permettent de comprendre l'importance accordée à l'information sociétale par les différentes parties prenantes. Néanmoins, il semble que plusieurs s'interrogent sur les qualités de l'information sociétale divulguée dans un contexte peu réglementé.

1.2 LA PROBLÉMATIQUE MANAGÉRIALE

Au regard des constats de la résidence, les utilisateurs semblent conscients de l'importance d'intégrer des considérations sociétales dans leurs prises de décisions (CPA Canada, 2017a; Lemoine, 2017; Ontario Securities Commission, 2018; Principles for Responsible Investment, 2018c). Ils sont toutefois préoccupés par la comparabilité, la fidélité, la compréhensibilité et la vérifiabilité de ces informations. Malgré ces préoccupations, les instances gouvernementales réglementent peu la divulgation d'information sociétale au Canada, même si l'on estime que la réglementation permettrait d'améliorer les qualités de l'information divulguée (Autorités canadiennes en valeurs mobilières, 2018; Ontario Securities Commission, 2018).

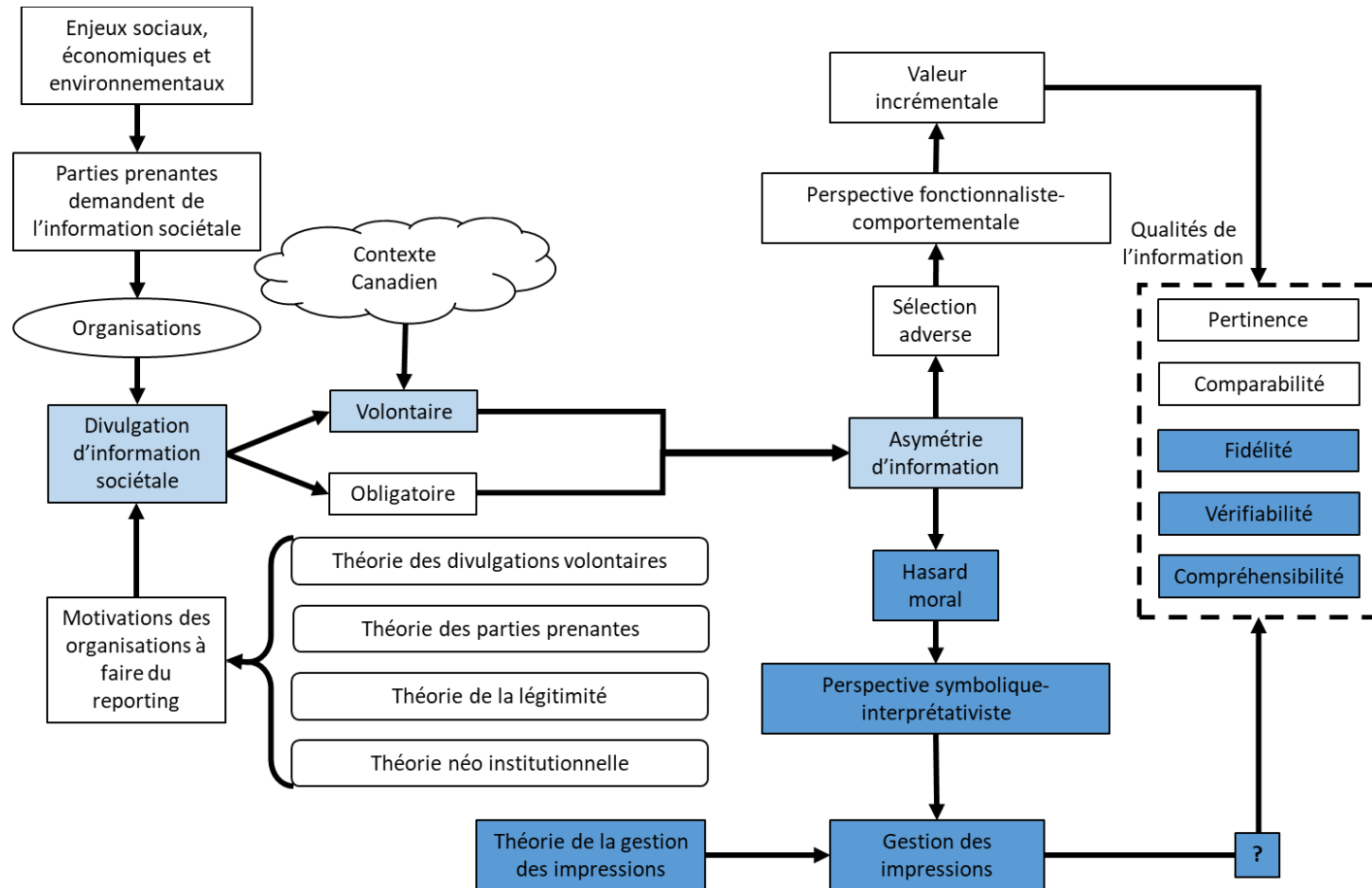
Plusieurs études se sont intéressées à la divulgation d'information sociétale (Bebbington *et al.*, 2014; Rezaee, 2016), mais peu d'études se sont attardées aux qualités de cette information et aux répercussions possibles pour les utilisateurs (Autorités canadiennes en valeurs mobilières, 2018; Ontario Securities Commission, 2018). D'ailleurs, les études portant sur les qualités de l'information sociétale soulignent que certaines entreprises tentent de gérer les impressions des parties prenantes plutôt que de les informer (Autorités canadiennes en valeurs mobilières, 2018; Bansal et Clelland, 2004; Berliner et Prakash, 2014; Boiral, 2013, 2016; Boiral et Henri, 2017; Diouf et Boiral, 2017; Journault et Levant, 2017; Kim *et al.*, 2014; Kolk *et al.*, 2008; Ontario Securities Commission, 2018; Rezaee, 2016; Sethi et Schepers, 2014; Talbot et Boiral, 2015, 2018). Cela conduit à s'interroger sur les qualités des informations sociétales divulguées dans le contexte canadien et sur les

caractéristiques des entreprises qui les divulguent. Il importe alors de s'intéresser également à la nécessité, pour les instances réglementaires, de légiférer sur la divulgation d'information à caractère sociétal. En d'autres termes, quelle est la qualité actuelle de l'information sociétale divulguée ? Quelles sont les caractéristiques des entreprises qui se répercutent sur les qualités de l'information sociétale ? Quels pourraient être les apports d'une réglementation de la divulgation sociétale sur la qualité de l'information divulguée par les entreprises canadiennes ?

1.3 LA PRÉSENTATION DES QUESTIONS DE RECHERCHE À L'ÉTUDE

Cette étude vise à examiner l'incidence de certains déterminants organisationnels relevés dans les travaux antérieurs sur les qualités de l'information du reporting sociétal volontaire et, de façon plus précise, les informations sociétales divulguées dans un contexte où les comportements des dirigeants ne sont pas parfaitement observables. La Figure 1.2 présente notre modèle général de recherche. Ce modèle établit la relation entre les déterminants et les qualités de l'information sociétale menant à la question de recherche.

Figure 1.2
Le modèle de recherche



Gosselin (2021)

La perspective théorique adoptée pour cette étude est la théorie d'agence et la théorie de la gestion des impressions. En sciences comptables, les études sur les qualités de l'information sont principalement fondées sur la théorie d'agence, qui explique la relation entre un principal et un agent, où le principal (investisseurs) engage un agent (dirigeants) afin d'agir en son nom (Scott, 2015). Dans cette situation, le contrôle est séparé de la propriété et les investisseurs doivent prendre des décisions à l'aide des informations communiquées par les dirigeants (Eisenhardt, 1989; Merkl-Davies et Brennan, 2017; Scott, 2015). Lorsque les parties ne disposent pas de la même information, des problèmes d'asymétrie d'information peuvent se poser, soit la sélection adverse et le hasard moral.

Le problème de sélection adverse se présente lorsque les dirigeants disposent d'information qui n'est pas accessible aux investisseurs (Merkl-Davies et Brennan, 2017; Scott, 2015). Ainsi, les investisseurs sont incertains de la nature de l'information retenue par les entreprises, ce qui peut nuire à leur prise de décision (Eisenhardt, 1989; Merkl-Davies et Brennan, 2017; Scott, 2015). Afin d'atténuer ce problème, l'une des solutions proposées est la normalisation, laquelle favorise la divulgation davantage d'information et, oblige les dirigeants à informer les investisseurs (Berthelot, Cormier et Magnan, 2003a; Merkl-Davies et Brennan, 2007; Scott, 2015). Par conséquent, certaines informations divulguées sont pertinentes et permettent de réduire l'asymétrie d'information entre les dirigeants et les investisseurs (Merkl-Davies et Brennan, 2007, 2017; Scott, 2015).

Pour sa part, le problème de hasard moral survient lorsque les investisseurs ne peuvent observer parfaitement les comportements des dirigeants (Eisenhardt, 1989; Merkl-Davies et Brennan, 2017; Scott, 2015). Dans cette situation, les investisseurs doivent se fier à l'information divulguée. Cependant, la réputation et la rémunération des dirigeants pourraient être affectées par ces comportements, ce qui peut les mener à

faire usage de l'information divulguée pour créer une image favorable de l'entreprise (Cho, Michelon *et al.*, 2012; Boiral, 2016; Merkl-Davies et Brennan, 2007, 2017). Ainsi, les efforts engagés par les dirigeants, tels que ceux en RSE, peuvent différer des divulgations (Merkl-Davies et Brennan, 2007, 2017). De plus, devant les pressions des parties prenantes externes, il se peut que les entreprises tentent de les apaiser de manière symbolique (Hyatt et Berente, 2017). Dans cette logique, il semble donc que certaines caractéristiques organisationnelles pourraient avoir une incidence sur les qualités de l'information sociétale divulguée (Abu Bakar et Ameer, 2011; Caron et Turcotte, 2009; Diouf et Boiral, 2017; Lock et Seele, 2016; Sandberg et Holmlund, 2015), d'où l'intégration de la théorie de la gestion des impressions et l'objectif de notre étude.

1.4 L'ÉNONCÉ DE LA QUESTION DE RECHERCHE

Pour cette étude, la divulgation d'information à caractère sociétal est de nature volontaire, ce qui implique que les entreprises déterminent la nature et l'étendue de l'information présentée. La revue de littérature et les constats établis lors de la résidence indiquent que certains déterminants peuvent avoir une incidence sur les qualités de l'information à caractère sociétal divulguée. Ainsi, nous posons la question de recherche suivante :

Quelle est l'incidence de certains déterminants organisationnels sur les qualités de l'information sociétale divulguée volontairement?

1.5 LES APPORTS ATTENDUS DE L'ÉTUDE

Cette étude devrait apporter des contributions à la fois théoriques, méthodologiques et managériales. Actuellement, les études semblent s'intéresser à la pertinence de l'information sociétale dans un contexte de sélection adverse et démontrent que certaines informations sociétales sont prises en compte par les investisseurs (Bachoo, Tan et Wilson, 2013; Berthelot *et al.*, 2003, 2012; Carnevale et

Mazzuca, 2014; Carnevale, Mazzuca et Venturini, 2012; Cho, Michelon, Patten et Roberts, 2014; Clarkson *et al.*, 2013; Cormier et Magnan, 2007; Coulmont et Berthelot, 2015; De Klerk, de Villiers et van Staden, 2015; de Villiers et Marques, 2016; Fazzini et Dal Maso, 2016; Hassel, Nilsson et Nyquist, 2005; Plumlee *et al.*, 2015; Reverte, 2016; Sinkin, Wright et Burnett, 2008; Verbeeten, Gamerschlag et Möller, 2016). La pertinence est donc une qualité qui a été étudiée à de nombreuses reprises. Cependant, peu d'études portent sur les autres qualités, telles que la fidélité, la vérifiabilité et la compréhensibilité, dans un contexte de hasard moral et de gestion des impressions (Merkel-Davies et Brennan, 2007, 2017). Ainsi, cette étude veut s'inscrire à la suite des travaux antérieurs en examinant les qualités jusqu'alors peu explorées.

Par ailleurs, même si plusieurs études s'intéressent aux motivations à divulguer volontairement de l'information à caractère sociétal (Clarkson, Li, Richardson et Vasvari, 2008; Cormier et Magnan, 2003; Dawkins et Fraas, 2011; Griffin et Sun, 2013; Widiarto Sutantoputra, 2009), peu d'entre elles abordent les qualités subséquentes de l'information divulguée. D'après les travaux consultés, aucune étude n'a spécifiquement visé les déterminants des qualités de la divulgation volontaire d'information sociétale tels que nous le proposons. Nous examinerons l'incidence potentielle de : (1) l'image organisationnelle, (2) l'occurrence de comportements court-termistes des dirigeants, (3) le narcissisme managérial, et (4) certaines pratiques de gouvernance.

De plus, la présente étude veut contribuer à la théorie de la légitimité, dans une dynamique d'échanges d'information permettant d'influencer la perception des parties prenantes (Suchman, 1995). Selon cette perspective, il se peut que les entreprises divulguent de l'information sociétale qui n'est pas représentative de leurs activités et que celle-ci soit utilisée comme un outil de gestion des impressions (Bebbington et Larrinaga, 2014; Bebbington *et al.*, 2014; Brown et Deegan, 1998; Chung et Cho, 2018; Deegan, 2002; Dyduch et Krasodomska, 2017; Luo *et al.*, 2012). Ainsi, en abordant la gestion des impressions par l'entremise de l'examen des qualités de l'information

sociétale volontairement divulguée, cette recherche peut contribuer aux connaissances sur la théorie de la légitimité et la théorie d'agence.

De surcroît, notre étude contribuera également à la littérature naissant sur la théorie de la gestion des impressions dans un contexte organisationnel. En effet, les organisations qui souhaitent être perçues de manière favorable par les parties prenantes peuvent tenter de présenter, par l'information divulguée, une image manipulée et non conforme à la réalité. Ainsi, en examinant les qualités de l'information sociétale divulguée, les manipulations utilisées par les organisations canadiennes afin de présenter une image favorable pourront être observées.

D'un point de vue méthodologique, l'opérationnalisation des variables de fidélité, de vérifiabilité, de compréhensibilité et des déterminants, va permettre de valider les outils de mesure utilisés par les travaux antérieurs. De même, un modèle quantitatif sera développé pour analyser les déterminants des entreprises pouvant se répercuter sur les qualités de l'information sociétale volontairement divulguée qui semble encore peu explorée. En outre, les données recueillies sur les entreprises canadiennes cotées à la Bourse de Toronto vont aider à brosser un portrait global des qualités de l'information sociétale divulguée volontairement au Canada. Ces données pourront être comparées à celles d'autres pays ayant légiféré sur la divulgation sociétale.

En ce qui concerne les retombées managériales, notre étude pourra aider les investisseurs et les instances réglementaires dans leur processus décisionnel. Pour les investisseurs, les résultats pourront contribuer à mettre à jour les outils d'évaluation actuellement utilisés dans le but de prendre en compte les qualités de l'information. De même, les investisseurs pourront s'en inspirer, pour comprendre les caractéristiques des entreprises qui divulguent des informations sociétales de qualité et mieux évaluer la responsabilité sociétale des entreprises. Par ailleurs, notre étude veut encourager les

investisseurs à s'engager dans un dialogue sur leurs besoins informationnels et à les conscientiser aux manipulations que peuvent effectuer les entreprises.

En ce qui concerne les instances réglementaires, tels que les gouvernements, l'OSC et les ACVM, les résultats de l'étude pourraient contribuer au développement d'une réglementation de la divulgation sociétale, notamment en soulevant les lacunes actuelles et en fournissant des recommandations pour les améliorer. Ces organismes pourraient ainsi appuyer leur processus législatif sur des observations empiriques. Ainsi, ce projet de thèse entend réaliser un portrait des pratiques des entreprises canadiennes cotées qui divulguent de l'information sociétale et contribuer à la mise en place d'une norme pour encadrer la divulgation.

Pour les autres parties prenantes et utilisateurs de l'information sociétale, les résultats obtenus contribueront à la compréhension des limites actuelles de la divulgation d'information sociétale produite des entreprises canadiennes. Aucune étude n'a brossé un portrait des différentes qualités de l'information sociétale divulguée par les entreprises canadiennes. Ainsi, cette étude va permettre aux différentes parties de connaître l'incidence des pratiques et des comportements adoptés par les entreprises sur les qualités de l'information sociétale. À plus grande échelle, l'étude pourrait contribuer à la création de nouvelles exigences par les parties prenantes, comme les regroupements de consommateurs et les communautés.

CHAPITRE 2

CADRE THÉORIQUE

La problématique managériale élaborée dans le premier chapitre nécessite le recours à trois champs de littérature distincts, soit la littérature sur l'information à caractère sociétal, les motivations à divulguer et les déterminants des qualités de cette information. Conséquemment, ces champs seront explorés en profondeur dans les trois parties de notre cadre théorique.

2.1 PREMIÈRE PARTIE : LA LITTÉRATURE SUR L'INFORMATION À CARACTÈRE SOCIÉTAL

2.1.1 La responsabilité sociétale et le développement durable

La plupart des entreprises souhaitent être perçues par leurs parties prenantes comme étant responsables envers la société. Pour atteindre cet objectif, celles-ci peuvent effectuer du reporting sociétal. Afin de mieux comprendre en quoi consiste ce reporting, nous commençons par définir les concepts de développement durable et de responsabilité sociétale des entreprises (RSE).

2.1.2 Le développement durable

Dès 1968, les Nations Unies reconnaissaient les problèmes liés à l'environnement et recommandaient une conférence pour les affronter (Anctil et Diaz, 2016; Nations Unies, 1968, 1972). Une première conférence des Nations Unies sur l'environnement eut ainsi lieu à Stockholm en 1972. Celle-ci était orientée vers la protection et la préservation de l'environnement, de même que sur l'importance de l'environnement dans le développement économique (Nations Unies, 1972). Plus tard, le rapport Dag Hammarskjöld (1975) présenta le développement comme un processus intégrant l'environnement et l'économie dans une perspective orientée vers les parties prenantes (Dag Hammarskjöld Centre, 1975). C'est en 1987 qu'une définition

officielle du développement durable émergea avec la production du Rapport Brundtland, soit : « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la possibilité, pour les générations à venir, de pouvoir répondre à leurs propres besoins » (Rapport Brundtland, 1987). Selon cette définition économique, le développement durable n'est pas opposé à la croissance. Il souhaite néanmoins protéger et promouvoir une utilisation responsable des ressources environnementales et économiques (Hopwood, Mellor et O'Brien, 2005; Rapport Brundtland, 1987). La définition présentée dans le Rapport Brundtland demeure, encore aujourd'hui, la plus utilisée dans la littérature (Ancil et Diaz, 2016; Bebbington *et al.*, 2014; Montiel, 2008).

Depuis le Rapport Brundtland (1987), de nombreuses conférences, telles que la conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement de Rio de Janeiro (1992), le Sommet mondial sur le développement durable de Johannesburg (2002) et la Conférence sur le développement durable de Rio de Janeiro (2012) ont eu lieu. Ces conférences ont notamment abordé les efforts internationaux pour protéger l'environnement, de même que la mise en place d'objectifs et de mesures du développement durable (Nations unies, 1992, 2002, 2012; Rapport Brundtland, 1987).

Dans la littérature académique anglophone, les termes *sustainability* et *sustainable development* sont souvent utilisés pour décrire les efforts engagés envers l'environnement, l'économie et la société (Association française de Normalisation, 2003; Bebbington *et al.*, 2014; Deegan et Unerman, 2011; Huang et Watson, 2015; Rezaee, 2016). En français, le concept de développement durable est connu et couramment utilisé par l'ensemble de la société et des médias. Toutefois, le concept de développement durable a été progressivement délaissé pour privilégier le concept plus intégrateur de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) (Bebbington et Larrinaga, 2014; Huang et Watson, 2015; Montiel, 2008).

2.1.3 La responsabilité sociétale des entreprises

Dans les modèles économiques classiques, la priorité des entreprises est la maximisation de la valeur actionnariale (Deegan, 2002; Rezaee, 2016; Scott, 2015). Néanmoins, dans un contexte orienté vers la RSE, les entreprises doivent prendre en charge les conséquences de leurs actions sur les parties prenantes (Anctil et Diaz, 2016; Bebbington *et al.*, 2014; Courrent et Capron, 2014; Deegan et Unerman, 2011; European Commission, 2011; ISO 26000, 2010; Montiel, 2008; Rezaee, 2016). Dans cette perspective, Carroll (1979, p.500) définit la RSE comme : « the social responsibility of business encompasses the economic, legal, ethical, and discretionary expectations that society has of organizations at a given point in time² ». Par sa définition, il soulève l'importance des parties prenantes et des considérations autres que la maximisation des profits (Bebbington *et al.*, 2014; Montiel, 2008; Rhianon Edgley *et al.*, 2010). Dans ce contexte, les entreprises doivent informer leurs parties prenantes de leurs activités socialement responsables, d'où l'émergence de la divulgation sociétale.

2.2 LE REPORTING SOCIÉTAL

La divulgation d'information à caractère sociétal commença au début des années 1970 (Bebbington *et al.*, 2014; Tschopp et Huefner, 2015). Ces années furent marquées par la comptabilité sociétale, où les entreprises divulguaient des informations non financières dans leurs rapports annuels (Bebbington et Larrinaga, 2014; Bebbington *et al.*, 2014; Gray, 2000). C'est dans les années 1990 qu'une tendance à intégrer les différents volets du développement durable dans les rapports des entreprises fut notée (Bebbington et Larrinaga, 2014; Bebbington *et al.*, 2014; Deegan et Unerman, 2011; Dienes, Sassen et Fischer, 2016). Ces tentatives d'intégration menèrent au Triple Bottom Line (TBL) reporting, où les objectifs des entreprises

² La responsabilité sociétale des entreprises englobe les attentes économiques, légales, éthiques et discrétionnaires de la société envers les organisations à tout moment. (*traduction libre*)

étaient orientés vers les trois volets du développement durable (Deegan et Unerman, 2011; Henriques et Richardson, 2004). Depuis, plusieurs entreprises divulguent les conséquences de leurs activités sur la société, l'environnement et l'économie (Bebbington et Larrinaga, 2014; Bebbington *et al.*, 2014; Deegan et Unerman, 2011; Gomes, Eugénio et Branco, 2015; Gray, 2000; Rezaee, 2016). Ainsi, suivant la définition de Gillet-Monjarret et Rivière-Giordano (2017) et de Rivière-Giordano (2007), le terme *reporting sociétal* est adopté pour définir la divulgation d'information sur la RSE. Nous adoptons, plus précisément, la définition suivante du reporting sociétal (Deegan et Unerman, 2011, p.384) :

[...] the provision, to a range of stakeholders, of information about the performance of an entity with regards to its interaction with its physical and social environment, inclusive of information about an entity's support of employees, local and overseas communities, safety records and use of natural resources.³

2.2.1 La tendance vers le reporting sociétal

À l'échelle mondiale, une tendance croissante vers le reporting sociétal est observable. En effet, depuis 2011, plus de 90 % des entreprises du G250 mondial s'engagent à divulguer de l'information sociétale, alors que seulement 35 % s'y engageaient en 1999 (KPMG, 2020). Une tendance similaire est aussi notée par Gray, Kouhy et Lavers (1995), qui ont observé qu'entre 1979 et 1991, la divulgation sociétale au Royaume-Uni a quadruplé. Dans l'ensemble, les pays européens demeurent les plus actifs en reporting sociétal (KPMG, 2017). Néanmoins, en Amérique du Nord, le reporting sociétal s'est accru de 83 % à 90 % entre 2017 et 2020 (KPMG, 2020). Au Canada, en 2020, 92 % des entreprises évaluées par le KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2020 divulguaient de l'information à caractère sociétal.

³ L'octroi d'information sur la performance de l'entreprise, sur son environnement physique et social concerne une variété de parties prenantes. Les informations comprennent l'appui aux employés, aux communautés locales et outremer, le bilan de l'entreprise en matière de sécurité et l'utilisation des ressources naturelles. (*traduction libre*)

La croissance de la divulgation sociétale à l'échelle mondiale semble aussi mener à une augmentation des instruments de reporting (KPMG International *et al.*, 2016). En effet, selon le rapport Carrots et Sticks (2016), il existe plus de 383 instruments de reporting sociétal dans 71 pays (2013 : 180 instruments, 44 pays) et 65 % d'entre eux sont obligatoires (KPMG International *et al.*, 2016). Le choix de réglementer la divulgation sociétale peut être effectué par les gouvernements, les autorités des marchés financiers ou par d'autres structures réglementaires. Néanmoins, des visions opposées se présentent quant à la nécessité de légiférer (Col & Patel, 2019; Overland, 2007; Thirarungrueang, 2013). Pour les partisans du reporting sociétal obligatoire, la réglementation semble permettre un équilibre entre la divulgation d'éléments positifs et négatifs (Overland, 2007; Thirarungrueang, 2013). En effet, la réglementation peut limiter la capacité de faire des divulgations symboliques ou seulement orientées vers les aspects positifs (Cowan & Gadenne, 2005; Einwiller & Carroll, 2020; Luft Mobus, 2005). De même, selon Crawford et Williams (2010), les entreprises françaises, où la divulgation sociétale est obligatoire, divulguent de l'information de meilleure qualité qu'aux États-Unis, où la divulgation est volontaire. Cette étude pose néanmoins une limite quant aux contextes politiques de ces deux pays (Perrault Crawford et Clark Williams, 2010). Ainsi, pour les partisans de la réglementation, les divulgations discrétionnaires peuvent être utilisées comme un outil de relations publiques (Barkemeyer *et al.*, 2014; Col & Patel, 2019; Overland, 2007; Thirarungrueang, 2013). Par ailleurs, même si la réglementation du reporting sociétal engendre des coûts pour les entreprises, l'obligation de divulguer semble être associée positivement à l'adoption de pratiques socialement responsables (Col & Patel, 2019; Holgaard & Jørgensen, 2005). De plus, la réglementation permet aux autorités d'imposer des sanctions aux entreprises non conformes (Jackson *et al.*, 2019; Maltby, 1997; Overland, 2007; Thirarungrueang, 2013).

À l'opposé, les partisans de la divulgation volontaire proposent que sa nature discrétionnaire permette aux entreprises de s'engager sans contraintes (Fallan et Fallan, 2009; Maltby, 1997; Thirarungrueang, 2013), notamment parce que la réglementation

ne garantit pas l'adoption de valeurs sociétales (Hess, 2014; Parker dans McBarnet, Voiculescu et Campbell, 2007). D'ailleurs, Fallan et Fallan (2009) notent que l'arrivée d'une réglementation exhaustive en Norvège, en 1999, a mené à une diminution du volume d'information divulguée. Ce phénomène semble s'expliquer par un effort de conformité minimal, plutôt que par un réel engagement vers la RSE (Ackers & Eccles, 2015; Fallan & Fallan, 2009; Maltby, 1997; Overland, 2007; Stocker *et al.*, 2020). De plus, il se peut que la réglementation imposée soit inadaptée à toutes les formes d'organisations (Deegan et Unerman, 2011; Thirarungrueang, 2013) et que certaines entreprises ne se conforment pas à la totalité des exigences (Damak-Ayadi, 2010; Fallan et Fallan, 2009). Cependant, les entreprises peuvent négliger les parties prenantes et leurs responsabilités sociétales si elles ne sont pas obligées de les considérer (Holgaard et Jørgensen, 2005; Maltby, 1997; Overland, 2007).

À la lumière de ces différentes positions sur le reporting sociétal, il semble que le débat entre la réglementation et les initiatives volontaires ne soit pas tranché. Il importe donc de s'intéresser aux différentes réglementations, de même qu'aux initiatives volontaires utilisées à l'échelle mondiale.

2.2.2 *Le reporting sociétal obligatoire*

Depuis quelques années, les instruments de reporting sociétal obligatoires sont à la hausse. En effet, à l'échelle mondiale, entre 2013 et 2016, le nombre d'instruments de reporting obligatoire a doublé (KPMG International *et al.*, 2016). De même, en 2016, 12 des 82 marchés boursiers analysés par le Sustainability Stock Exchanges Initiative exigeaient des divulgations sur la RSE (Sustainable Stock Exchanges Initiative, 2016).

Le gouvernement du Danemark fut l'un des premiers pays à imposer, en 1995, le reporting environnemental à plus de 1 000 organisations danoises (Holgaard et Jørgensen, 2005; Stubbs et Higgins, 2014). Depuis, de nombreux pays ont également

opté pour la réglementation du reporting sociétal, notamment l'Union européenne qui, par la directive 2014/95/EU sur l'information non financière, exige que les entreprises à intérêts publics, soit les grandes entreprises cotées, les banques et les compagnies d'assurance, divulguent de l'information à caractère sociétal (Col & Patel, 2019; European Commission, 2011). En France, depuis l'entrée en vigueur de la loi sur les nouvelles régulations économiques (NRE) en 2001, le reporting sociétal est obligatoire pour les entreprises cotées à la bourse (Diplomatie.gouv.fr, 2017; Loi N° 2001-420 Du 15 Mai 2001 Relative Aux Nouvelles Régulations Économiques, 2001). Néanmoins, la loi NRE a été fortement critiquée, puisque les entreprises ne se conformaient pas à ces exigences et fournissaient des informations qualitatives non mesurables (Damak-Ayadi, 2010; Igalens, 2004). Elle a donc été renforcée en 2010 par l'acte de Grenelle II. Cette loi exige que les entreprises qui possèdent un chiffre d'affaires supérieur à 100 millions d'Euros ou qui emploient plus de 500 employés divulguent de l'information sur la responsabilité sociétale (Crifo *et al.*, 2019; Diplomatie.gouv.fr, 2017; Ministère de la justice et des libertés, 2012). Pour sa part, l'Australie a opté, en 2007, pour la réglementation des divulgations sur les émissions de gaz à effet de serre et la consommation d'énergie, afin d'imposer une mesure commune aux entreprises (Cowan et Deegan, 2011; Gouvernement de l'Australie, 2007).

Au Canada, la divulgation d'information à caractère sociétal est obligatoire pour les organisations couvertes par le règlement sur la déclaration annuelle DORS 2002-133, ce qui inclut les banques, les sociétés d'assurance et les sociétés de fiducies et de prêts (Gouvernement du Canada, 2002). Ces organisations doivent divulguer de l'information quant à leurs activités communautaires, leurs employés et leurs finances afin de contribuer à « l'enrichissement social, culturel, économique ou environnemental d'une communauté » (Gouvernement du Canada, 2002). Par ailleurs, en vertu des normes comptables pour les entités à capital fermé (NCECF) et des IFRS, les entreprises doivent comptabiliser une obligation concernant la mise hors service d'une immobilisation, dont l'enlèvement, le recyclage potentiel et la restauration de celle-ci. Cette obligation permet de tenir compte de certains frais liés à la RSE (CPA

Canada, 2014). En outre, le Canada dispose de la loi sur la protection de l'environnement, qui vise la prévention et la protection de l'environnement (Loi Canadienne Sur La Protection de l'environnement, 1999). Néanmoins, celle-ci n'impose pas d'obligation de reporting pour les entreprises (Loi Canadienne Sur La Protection de l'environnement, 1999). Ainsi, il appert que, contrairement à de nombreux pays, le Canada réglemente peu la divulgation d'information à caractère sociétal pour les entreprises et que celles-ci doivent se tourner vers les initiatives de reporting volontaires (Schneider *et al.*, 2018).

2.2.3 *Le reporting sociétal volontaire*

Le reporting volontaire se définit comme des divulgations financières et non financières autres que les états financiers mandatés par les institutions réglementaires et légales (Rezaee, 2016). À l'échelle mondiale, il existe plusieurs initiatives de divulgation qui permettent aux entreprises de s'engager dans un dialogue sur la responsabilité sociétale (KPMG International *et al.*, 2016). Parmi celles-ci, le Pacte mondial des Nations Unies, le Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, le Carbon Disclosure Project, le reporting intégré tel que présenté par l'International Integrated Reporting Council et les référentiels présentés par la Global Reporting Initiative sont reconnus à l'échelle mondiale. Le Tableau 2.1 présente un sommaire de ces initiatives.

Tableau 2.1
Les initiatives volontaires reconnues mondialement

Initiative	Organisme/ Fondateur	Mise en place	Objectif principal	Forme du reporting
Pacte Mondial	Nations Unies	2000	Aligner les activités des organisations sur les dix principes des Nations Unies	Communication officielle sur les progrès
Task Force on Climate-Related Financial Disclosures	Michael R. Bloomberg	2015	Engager les organisations dans des divulgations sur les changements climatiques orientés dans le contexte des marchés financiers	Rapport sociétal ou informations présentées dans d'autres communications
Carbon Disclosure Project	CDP Worldwide	2002	Sensibiliser les organisations à l'environnement et favoriser le développement d'initiatives pour préserver l'environnement	Questionnaire portant sur les éléments du CDP
Reporting Intégré	International Integrated Reporting Council (IIRC)	2010	Établir un rapport orienté vers la création de valeur dirigée par les interactions, les activités et les relations entretenues entre l'organisation et les parties prenantes	Communication portant sur la stratégie, la gouvernance, la performance et les perspectives de l'organisation
Global Reporting Initiative	CERES et UNEP	1997	Fournir un guide complet des informations sur la RSE que doivent présenter les organisations de tous les secteurs	Communication basée sur les principes de la GRI

Gosselin (2021)

2.2.4 Le Pacte Mondial des Nations Unies

Le Pacte Mondial est une initiative des Nations Unies mise en place en 2000. Celui-ci vise l'atteinte des objectifs du millénaire des Nations Unies en alignant les activités des organisations sur dix principes liés aux droits de l'homme, à la main d'œuvre, à l'environnement et aux mesures anticorruptions (Pacte Mondial des Nations Unies, 2018). Le Tableau 2.2 présente ces principes.

Tableau 2.2
Les dix principes des Nations Unies

Droits de l'homme	
Principe 1	Les entreprises doivent soutenir et respecter la protection des droits de l'homme sur le plan international; et
Principe 2	Assurez-vous qu'ils ne sont pas complices de violations des droits de l'homme.
Main-d'œuvre	
Principe 3	Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et la reconnaissance effective du droit de négociation collective;
Principe 4	L'élimination de toutes les formes de travail forcé et obligatoire;
Principe 5	L'abolition effective du travail des enfants; et
Principe 6	L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession.
Environnement	
Principe 7	Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux défis environnementaux;
Principe 8	Prendre des initiatives pour promouvoir une plus grande responsabilité environnementale; et
Principe 9	Encourager le développement et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.
Anti-Corruption	
Principe 10	Les entreprises doivent agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et la corruption.

Nations Unies (2021) Tiré de : <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>.

Les organisations participant au Pacte Mondial doivent présenter une communication officielle sur les progrès (COP) qui contient : 1) une déclaration du président-directeur général (PDG) de son support et de son engagement envers le Pacte Mondial; 2) un rapport indiquant les efforts fournis par l'organisation envers les dix principes des Nations Unies; 3) des mesures présentant l'évaluation des résultats; et 4) le niveau de conformité aux dix principes (avancé, actif, apprenant) (Pacte Mondial des Nations Unies, 2014). À l'échelle mondiale, près de 12 700 organisations dans 160 pays ont adopté cette initiative (UN Global Compact, 2021) et en 2021, le Canada comptait 137 participants (Pacte Mondial des Nations Unies, 2021).

Parmi les travaux antérieurs s'intéressant à la participation au Pacte Mondial, Coulmont et Berthelot (2015) ont démontré, à l'aide d'un échantillon d'entreprises françaises, que les investisseurs accordent une valeur à la participation au Pacte Mondial. Ces entreprises sont également perçues comme étant moins risquées (Coulmont et Berthelot, 2015). De même, les investisseurs européens semblent

accorder une valeur positive à la participation au Pacte Mondial, tandis que les investisseurs américains lui accordent une valeur négative, et ce, en raison du contexte moins orienté vers la responsabilité sociétale (Janney, Dess et Forlani, 2009). Par ailleurs, certaines études notent que les organisations participent au Pacte Mondial pour des raisons économiques et pour répondre aux attentes de leurs parties prenantes (Cetindamar, 2007; Chen et Bouvain, 2009).

Quelques études se sont pour leur part intéressées aux lacunes du Pacte Mondial (Berliner et Prakash, 2014; Brown, Clark et Buono, 2018; Sethi et Schepers, 2014; Williams, 2014). Par exemple, certains auteurs notent un manque de comparabilité en raison des mesures et des indicateurs utilisés (Berliner et Prakash, 2014; Sethi et Schepers, 2014). De plus, puisque le COP n'est pas audité, il se peut que certaines organisations y participent pour rehausser leur image (Sethi *et al.*, 2017). Cependant, le Pacte Mondial est une initiative et non un code de conduite; il vise donc l'engagement des organisations vers des valeurs morales communes plutôt que la réglementation (Bebbington et Unerman, 2018; Brown *et al.*, 2018; Williams, 2014).

2.2.5 *Le Task Force on Climate-related Financial Disclosures*

Le Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) est une initiative débutée en 2015 par Michael R. Bloomberg (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 2018). Contrairement au Pacte Mondial, qui vise l'engagement général en développement durable, le TCFD est plutôt orienté vers la gouvernance, la stratégie organisationnelle, la gestion des risques et la divulgation de données quantitatives sur les objectifs liés aux changements climatiques (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 2018). L'une des particularités du TCFD est la divulgation d'analyses de scénarios sur les éventualités liées aux changements climatiques (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 2018). Cependant, la présence et l'analyse de ces scénarios sont généralement limitées (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 2018). De plus, les informations divulguées

tendent à différer selon les régions et les industries dans lesquelles les entreprises évoluent (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 2018).

En 2020, à l'échelle mondiale, plus de 1 500 entreprises présentaient du reporting sociétal selon les principes du TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, 2020). Ces principes sont la pertinence, l'exhaustivité, la clarté, l'équilibre, la compréhensibilité, la cohérence, la comparabilité, la vérifiabilité, la neutralité et le temps opportun (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 2018). Néanmoins, à ce jour, peu de données sont disponibles sur le TCFD, en raison de sa création récente (Principles for Responsible Investment, 2018c; Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 2018).

2.2.6 Le Carbon Disclosure Project

Pour sa part, le Carbon Disclosure Project (CDP) est un organisme à but non lucratif fondé en 2002. Il vise à sensibiliser les organisations de toutes les tailles, de même que les états et les villes, à l'environnement afin de favoriser le développement d'initiatives pour préserver l'environnement, soit la réduction des émissions polluantes, les changements climatiques, l'utilisation de l'eau, la protection des forêts et la chaîne d'approvisionnement. Pour ce faire, les participants aux initiatives du CDP doivent tout d'abord répondre aux questionnaires portant sur les différentes visées (CDP Worldwide, 2018). Par la suite, des notes entre A et F sont accordées aux organisations participantes. Le Tableau 2.3 présente les définitions des notes pouvant être accordées (CDP Worldwide, 2017). Enfin, les informations divulguées peuvent aussi faire l'objet d'un audit par une tierce partie. En effet, selon Green et Zhou (2013), de 2007 à 2009, 42 % des organisations du CDP Database ont obtenu un audit indépendant de ces informations afin d'accroître leur crédibilité auprès des parties prenantes.

Tableau 2.3
Les notes accordées pour la participation au CDP

Notes	Description
A, A -	Leadership : L'organisation adopte les meilleures pratiques en matière de gestion de l'environnement.
B, B -	Gestion : L'organisation implante des pratiques dans l'organisation et adopte des stratégies et des actions pour aborder les problèmes environnementaux.
C, C -	Consciente : L'organisation fait l'évaluation des problèmes environnementaux, des risques et des impacts de ces activités.
D, D -	Divulgaration : L'organisation répond de manière exhaustive au questionnaire.
F	Les informations fournies dans le questionnaire sont insuffisantes pour permettre une évaluation adéquate.

Adapté et traduit du CDP Canada Report 2017 (CDP Worldwide, 2017).

À l'échelle mondiale, l'initiative du CDP regroupe plus de 6 300 organisations dans plus de 500 villes (CDP Worldwide, 2018). Parmi ce bassin, l'Europe se démarque par son niveau d'activité (Green et Zhou, 2013; Kolk, Levy et Pinkse, 2008), tout comme les organisations à fortes émissions de gaz à effet de serre (Green et Zhou, 2013). Au Canada, selon le rapport canadien du COP (2017), 99 des 200 organisations analysées participent au CDP (CDP Worldwide, 2017). Cependant, seulement onze d'entre elles atteignent le rôle de Leadership (notes A, A-) en matière de divulgation sur les changements climatiques (CDP Worldwide, 2018).

Peu d'études se sont intéressées à la divulgation selon le CDP, même s'il fournit plus de données chiffrées que les autres initiatives sur les émissions de gaz à effet de serre (Depoers, Jeanjean et Jérôme, 2016). Parmi les travaux antérieurs s'y intéressant, certains démontrent que les organisations soumises à des pressions (Green et Zhou, 2013; Luo, Lan et Tang, 2012) et qui ont une grande visibilité médiatique (Dawkins et Fraas, 2011) tendent à participer au CDP. Cependant, Wegener, Elayan, Felton et Li (2013) démontrent, à l'aide d'un échantillon d'entreprises canadiennes participantes, que celles-ci sont peu polluantes. Ainsi, le CDP semble attirer les signataires par sa flexibilité, mais tout comme le pacte mondial, il peut créer des problèmes sur le plan de la comparabilité (Kolk *et al.*, 2008).

2.2.7 *Le reporting intégré*

Le reporting intégré est une initiative de l'International Integrated Reporting Council (IIRC) regroupant « des entreprises, des investisseurs, des autorités de réglementation, des instances de normalisation, des représentants de la profession comptable et des ONG » à travers le monde (International Integrated Reporting Council, 2013, p. 2). Cette initiative a commencé en 2010 dans le but d'établir un rapport orienté vers la création de valeur (International Integrated Reporting Council, 2013). Pour l'IIRC (2013), la création de valeur est dirigée par les interactions, les activités et les relations entretenues entre l'entreprise et ses parties prenantes externes (de Villiers *et al.*, 2017; International Integrated Reporting Council, 2013; Romero *et al.*, 2019). Pour ce faire, une gestion intégrée orientée vers la « création de valeur à court terme, à moyen terme et à long terme » est nécessaire (International Integrated Reporting Council, 2013, p. 3). Ce processus de gestion est présenté à la Figure 2.1, où les capitaux intrants, soit les capitaux financiers, manufacturiers, intellectuels, humains, sociaux et environnementaux, permettent aux entreprises d'atteindre leurs objectifs tout en créant de la valeur pour les parties externes dans un cycle continu (International Integrated Reporting Council, 2013).

Figure 2.1
Le processus de création de valeur (IIRC, 2013)

Illustration 2 : le processus de création de valeur

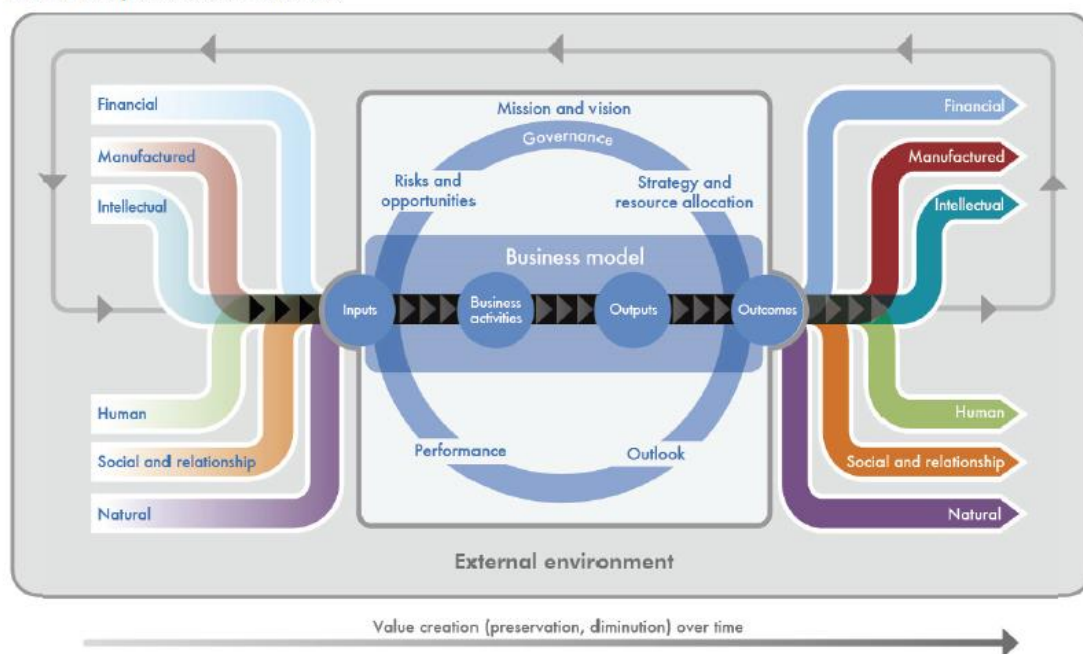


Image tirée du Cadre de référence International portant sur le reporting intégré (International Integrated Reporting Council, 2013, p. 16).

Dans cette, logique, l'objectif du reporting intégré est de fournir une structure de divulgation, sans imposer des valeurs aux entreprises (Stubbs et Higgins, 2014). Selon l'IIRC (2013, p. 9), le rapport intégré est « [...] une communication concise portant sur la manière dont la stratégie, la gouvernance, la performance et les perspectives de l'entreprise conduisent, compte tenu de son écosystème ». Il est composé d'éléments constitutifs qui doivent respecter les principes directeurs énoncés par l'IIRC (International Integrated Reporting Council, 2013, p. 3). Le Tableau 2.4 présente ces éléments.

Tableau 2.4
Les éléments constitutifs et les principes directeurs de l'IIRC (2013)

Éléments constitutifs	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation de l'entreprise et de son écosystème; - Gouvernance; - Modèle d'affaires; - Risques et opportunités; - Stratégie <i>et</i> allocation des ressources; - Performance; - Perspective; - Modalités de préparation et de présentation.
Principes directeurs	<ul style="list-style-type: none"> - Priorités stratégiques et orientations futures; - Connectivité de l'information; - Relation avec les principales parties prenantes; - Sélectivité; - Concision; - Cohérence et comparabilité des données.

Adapté du Cadre de référence International portant sur le reporting intégré (IIRC, 2013, p. 7).

À l'échelle mondiale, il est estimé que plus de 150 entreprises dans 25 pays ont adopté le reporting intégré tel que proposé par l'IIRC (Willis, Campagnoni et Gee, 2015). Néanmoins, plusieurs pays dont le Royaume-Uni, les Pays-Bas, l'Espagne, l'Australie, Singapour et le Japon s'orientent vers le reporting intégré sans adopter la totalité des propositions de l'IIRC (Argento *et al.*, 2019; de Villiers *et al.*, 2014). En Afrique du Sud, le reporting intégré est obligatoire pour les entreprises du Johannesburg Stock Exchange, mais celui-ci diffère du cadre proposé par l'IIRC (de Villiers *et al.*, 2014; du Toit, 2017; Maroun, 2019a). Au Canada, aucune statistique n'est disponible, puisque les entreprises tendent à adopter des versions modifiées du cadre de l'IIRC (Willis *et al.*, 2015).

Les travaux antérieurs s'étant intéressés au reporting intégré soulignent que celui-ci devrait plutôt être considéré comme étant complémentaire aux autres formes de reporting, puisqu'il ne tient pas compte de tous les éléments de la RSE ni des impacts (Flower, 2015; Stubbs et Higgins, 2014). En raison notamment de la complexité des rapports, ceux-ci peuvent être déconnectés de la réalité et ne pas répondre aux besoins informationnels des investisseurs (Pistoni *et al.*, 2018; Stubbs & Higgins, 2014; Vitolla *et al.*, 2019, 2020). Néanmoins, une étude de Cortesi et Vena (2019) démontre, à l'aide d'un échantillon de 636 rapports intégrés issus de l'IIRC, que le reporting intégré accroît le bénéfice par action. De plus, les récents travaux de Maroun (2019ab) démontrent que l'assurance des rapports intégrés est associée à la pertinence de l'information sociétale divulguée.

2.2.8 *La Global Reporting Initiative*

La dernière initiative volontaire discutée est celle de la Global Reporting Initiative (GRI). La GRI est une initiative de la Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) et du programme des Nations Unies pour l'environnement (UNEP). Il s'agit d'un organisme indépendant fondé en 1997 (Global Reporting Initiative, 2016). La première version des lignes directrices de la GRI fut publiée en 2000. Depuis, des mises à jour sont effectuées et de nouveaux cadres référentiels sont présentés (G2 — 2002, G3 — 2006, G4 — 2013, GRI Global Standards for Sustainability — 2016) (Global Reporting Initiative, 2018). Le développement de la GRI est attribuable aux nombreuses parties prenantes impliquées qui contribuent à la normalisation et au développement des référentiels (Ballou, Heitger, Landes et Adams, 2006).

Les référentiels de la GRI visent à fournir un guide complet des informations à caractère sociétal (Global Sustainability Standards Board, 2016; Willis, 2003). D'ailleurs, selon les GRI Global Standards for Sustainability 2016, ces informations sont présentées dans quatre sections, soit : (1) les normes universelles qui présentent

l'entreprise dans son ensemble et les éléments généraux; (2) les enjeux spécifiques liés à l'économie; (3) à l'environnement; et (4) à la société (Global Sustainability Standards Board, 2016). De plus, pour présenter un rapport tel que proposé par le référentiel 2016 de la GRI, les entreprises doivent se conformer aux principes de contenu et de qualité GRI 101 : Principes généraux dans Global Sustainability Standards Board (2016, p. 7-16). Ces principes sont énumérés dans le Tableau 2.5.

Tableau 2.5
Les principes de reporting de la GRI

Les principes de contenu	Les principes de qualité
Prise en compte des parties prenantes Contexte de développement durable Matérialité Exhaustivité	Exactitude Équilibre Clarté Comparabilité Fiabilité Respect des délais

Tiré de GRI 101 : Principes généraux dans Global Sustainability Standards Board (2016, p. 7).

Dans l'application du référentiel 2016 de la GRI, les entreprises peuvent choisir entre deux options de reporting : la conformité essentielle ou la conformité étendue (Global Sustainability Standards Board, 2016). La conformité étendue exige aux entreprises d'expliquer leurs raisonnements quant à l'inclusion et l'exclusion d'information. Pour sa part, la conformité essentielle respecte les principes de contenu et de qualité de la GRI, mais avec moins d'exigences en ce qui concerne les différents enjeux comparativement à la conformité étendue (Global Sustainability Standards Board, 2016). Selon Diouf et Boiral (2017), Chung et Cho (2018) et Moroney, Windsor et Aw (2012), le niveau d'application peut être associé à la qualité du reporting sociétal.

Les référentiels proposés par la GRI sont les plus utilisés à l'échelle mondiale (KPMG, 2020). En effet, en 2020, 84 % des entreprises du G250 mondial utilisaient l'un des référentiels de la GRI (KPMG, 2020). De même, plus de 42 pays font référence aux référentiels de la GRI dans leurs instruments de réglementation (KPMG, 2017). Au Canada, selon la base de données GRI 2017 (database.globalreporting.org), 125

entreprises canadiennes produisaient des rapports selon les lignes directrices de la GRI. L'utilisation répandue de la GRI la rend toutefois sujette à des critiques (Boiral, 2013; Boiral et Henri, 2017; Deegan et Unerman, 2011; Journault et Levant, 2017; Talbot et Boiral, 2018).

La première critique est liée à l'application des lignes directrices. En effet, il peut être difficile d'appliquer un seul modèle de reporting à toutes les organisations et il se peut que les indicateurs soient inadaptés pour certains types d'entreprises (Deegan & Unerman, 2011; Garcia-Torea *et al.*, 2020; Journault & Levant, 2017; Linz & Traxler, 2017). D'ailleurs, certaines études notent que les mesures des indicateurs manquent de spécificité, ce qui peut mener à des ambiguïtés et à la présentation d'une image incomplète des entreprises (Boiral, 2013; Boiral et Henri, 2017; Journault et Levant, 2017; Michelon, Pilonato et Ricceri, 2015; Nik Ahmad et Hossain, 2019; Talbot et Boiral, 2018).

La seconde critique est liée à l'image présentée par les entreprises qui utilisent les référentiels de la GRI. En effet, selon Boiral (2016), Journault et Levant (2017) et Talbot et Boiral (2018), les entreprises peuvent faire usage d'un langage spectaculaire pour présenter une image socialement responsable à leurs parties prenantes. Dans cette situation, le langage utilisé peut ne pas être représentatif des activités réelles, afin que ces entreprises ne soient pas perçues de manière négative par leurs parties prenantes.

En somme, les entreprises évoluant dans un contexte où le reporting sociétal est peu réglementé peuvent utiliser des initiatives de divulgations volontaires pour présenter leur engagement en responsabilité sociétale (Adams et Larrinaga, 2019). Cependant, il se peut que celles-ci soient utilisées pour rehausser l'image de l'entreprise, plutôt que pour démontrer un réel engagement (Berliner et Prakash, 2014; Boiral, 2013; Flower, 2015; Journault et Levant, 2017; Kolk *et al.*, 2008; Sethi et

Schepers, 2014; Stubbs et Higgins, 2018). Ceci soulève alors des inquiétudes quant aux motivations des entreprises qui divulguent de l'information sociétale de manière volontaire.

2.3 DEUXIÈME PARTIE : LES MOTIVATIONS À DIVULGUER DE L'INFORMATION À CARACTÈRE SOCIÉTAL DE MANIÈRE VOLONTAIRE

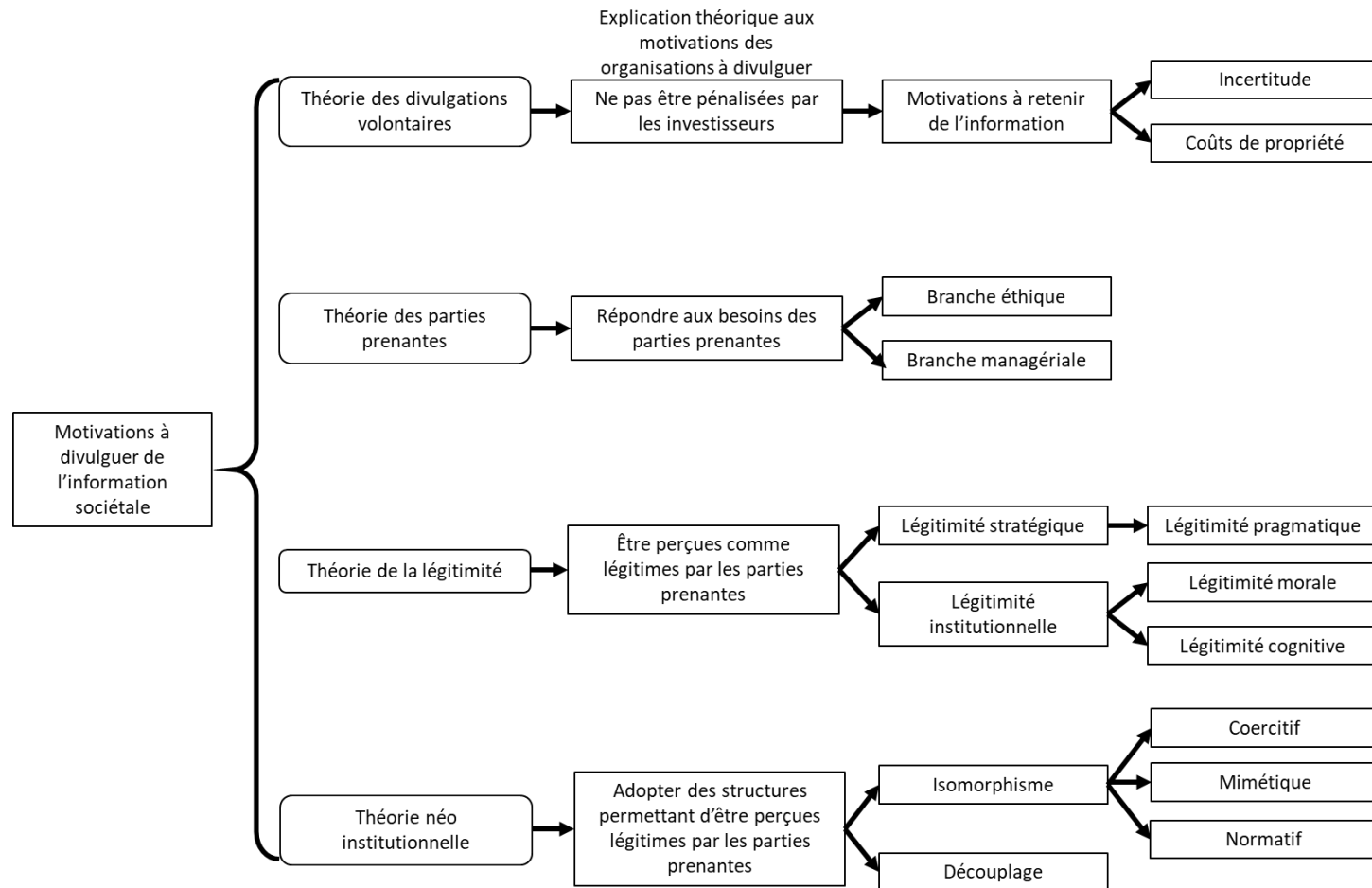
2.3.1 Les théories mobilisées pour expliquer les motivations à divulguer volontairement

Dans le cadre de notre étude, nous nous intéressons aux entreprises qui divulguent de manière volontaire de l'information à caractère sociétal. Ces divulgations permettent d'informer les utilisateurs, tels que les investisseurs, dans leur prise de décisions. Dans cette perspective, il devient pertinent de s'intéresser aux motivations des dirigeants à divulguer. Cette seconde partie présente les théories liées aux motivations à divulguer, mais qui ne permettent pas d'expliquer la qualité de cette information, d'où les limites de l'utilisation de ces théories dans le cadre de cette étude.

Au fil des années, la croissance des entreprises a mené à la séparation de l'actionnariat et du contrôle (Berle et Means, 1991). Devant cette situation, la relation principal-agent a été étudiée dans la perspective où le principal engage un agent pour agir en son nom (Berle et Means, 1991; Eisenhardt, 1989; Jensen et Meckling, 1976; Scott, 2015). Ainsi, l'agent est le gestionnaire qui dirige les activités et le principal est l'investisseur qui est actionnaire de l'entreprise (Scott, 2015). Lorsque les dirigeants possèdent de l'information qui n'est pas mise à la disposition des investisseurs, un problème de sélection adverse émerge. Dans cette situation, les dirigeants bénéficient d'un avantage informationnel et peuvent influencer la perception des investisseurs par la rétention ou la divulgation d'information, notamment celle liée à la responsabilité sociétale.

Afin de mieux comprendre les motivations qui incitent les entreprises à divulguer volontairement de l'information sociétale et les qualités de celle-ci, nous nous appuyons sur la théorie des divulgations volontaires. La section 2.3.2 est consacrée à cette théorie issue de l'économie. Ensuite, pour examiner l'influence exercée par les autres parties prenantes et la quête de légitimité des entreprises, nous nous appuyons sur trois théories sociales, soit : la théorie des parties prenantes, la théorie de la légitimité et la théorie néo-institutionnelle, qui sont présentées aux sections 2.3.3, 2.3.4 et 2.3.5. La compréhension des motivations sous-jacentes des entreprises à divulguer de l'information sociétale nous permettra de mieux comprendre les comportements de divulgation et les qualités qui en découlent, tel que présenté dans la section 2.4, soit les qualités de l'information sociétale divulguée. La Figure 2.2 présente une synthèse des théories mobilisées.

Figure 2.2
Les théories mobilisées pour examiner les motivations à divulguer volontairement de l'information sociétale



2.3.2 La théorie des divulgations volontaires

La théorie des divulgations volontaires tente d'expliquer les motivations des entreprises à divulguer de l'information (Scott, 2015). Selon Grossman (1981) et Milgrom (1981), lorsque les investisseurs sont conscients qu'une entreprise retient de l'information, ils l'évaluent négativement. Ainsi, pour ne pas être pénalisée, une entreprise devrait tout divulguer pour réduire l'asymétrie d'information (Grossman, 1981; Milgrom, 1981). Cette logique est l'objet d'étude de la théorie des divulgations volontaires.

Dans le contexte à l'étude, le reporting sociétal est de nature volontaire, ce qui permet de choisir entre la divulgation et la non-divulgation. Les travaux antérieurs s'y intéressant démontrent que les entreprises divulguent pour se distinguer et affirmer leur performance supérieure aux autres (Clarkson *et al.*, 2008; Cormier et Magnan, 2003; Dawkins et Fraas, 2011; Griffin et Sun, 2013; Martínez-Ferrero, Garcia-Sanchez et Cuadrado-Ballesteros, 2015; Widiarto Sutantoputra, 2009). Au contraire, Cho, Freedman et Patten (2012) constatent que les entreprises du Fortune 500 qui divulguent de l'information sur leurs émissions polluantes ne démontrent pas une performance supérieure aux entreprises ne divulguant pas. Cependant, cette étude utilise l'indice du Toxic Release Inventory (TRI) qui s'intéresse seulement aux émissions polluantes des entreprises américaines, ce qui n'est pas représentatif de la totalité de la performance en RSE (Cho, Freedman *et al.*, 2012). Ainsi, la divulgation volontaire semble motivée, en partie, par le désir d'informer les investisseurs.

Outre l'objectif de se distinguer, certaines informations sociétales divulguées de manière volontaire semblent aussi être perçues positivement par les investisseurs, ce qui encourage les entreprises à divulguer (Berthelot, Coulmont et Serret, 2012; Christensen, 2016; Clarkson *et al.*, 2008; Coulmont et Berthelot, 2015). Dans cette logique, la divulgation peut permettre de réduire l'asymétrie d'information (Lang,

2018; Martin et Moser, 2016; Villiers et van Staden, 2011; Widiarto Sutantoputra, 2009). Cependant, certaines entreprises choisissent de ne pas divulguer, même si elles sont conscientes des besoins informationnels des investisseurs (Dye, 1985; Luo *et al.*, 2012; Verrecchia, 1983). Ainsi, pour comprendre les motivations à divulguer, les motivations à retenir de l'information doivent aussi être étudiées. Deux explications à la non-divulgaration sont fournies, soit l'incertitude et les coûts de propriété.

2.3.2.1 L'incertitude

La première explication à la non-divulgaration est l'incertitude. Selon Dye (1985), lorsque les investisseurs sont incertains si les dirigeants retiennent de l'information, ils ne pénalisent pas les entreprises. Toutefois, lorsque les investisseurs savent que de l'information est retenue, ils prennent position sur le marché, ce qui incite les entreprises à divulguer (Dye, 1985).

Dans le contexte du reporting sociétal volontaire, lorsque les investisseurs peuvent obtenir de l'information de la part des médias, les entreprises tendent à divulguer de manière volontaire afin de ne pas être pénalisées (Bewley et Li, 2000; Cormier et Magnan, 2007; Lang, 2018; Thorne, Mahoney et Manetti, 2014). Ainsi, l'exposition médiatique semble mener à la divulgation, ce qui permet de réduire l'incertitude des investisseurs (Bewley et Li, 2000; Cormier et Magnan, 2007; Lang, 2018; Thorne, Mahoney et Manetti, 2014). Néanmoins, lorsque l'information n'est pas disponible par d'autres médiums, il peut être avantageux pour les entreprises de maintenir l'incertitude (Dye, 1985). Dans cette situation, les investisseurs ne savent pas si de l'information est retenue et l'asymétrie d'information continue d'exister. Dans d'autres situations, les investisseurs peuvent être en accord avec les dirigeants pour ne pas divulguer. Cette situation s'explique par les coûts de propriété.

2.3.2.2 Les coûts de propriété

La seconde explication à la non-divulgateion réside dans les coûts de propriété. Selon Verrecchia (1983), lorsque les divulgations volontaires ont des incidences négatives sur les flux de trésorerie futurs, les investisseurs préfèrent que l'information ne soit pas divulguée. Dans cette situation, les investisseurs sont d'accord pour que les dirigeants retiennent de l'information. Comme le mentionne Verrecchia (1983, p.102), « In effect, a proprietary cost introduces noise into the model by extending the range of possible interpretations of withheld information to include news which is actually favorable »⁴. Une entreprise est donc motivée à divulguer les informations positives et à retenir les informations ayant une incidence négative sur les flux de trésorerie futurs (Berthelot *et al.*, 2003a, 2012; Verrecchia, 1983).

Dans le contexte du reporting sociétal volontaire, les travaux antérieurs semblent indiquer que les entreprises divulguent volontairement lorsque les coûts de propriété sont peu élevés. En effet, selon Christensen (2016), les entreprises qui font du reporting sociétal volontaire sont moins impliquées dans des conduites⁵ hautement médiatisées. Cette étude conclut que les entreprises divulguent volontairement lorsqu'elles estiment que l'information divulguée n'aura pas une incidence négative sur les flux de trésorerie futurs (Christensen, 2016). De même, Hummel et Schlick (2016) notent que les entreprises pour qui les coûts de propriété sont faibles auront tendance à divulguer volontairement de l'information à caractère sociétal. Dans cette logique, les entreprises qui choisissent de divulguer de l'information à caractère sociétal tentent de réduire l'asymétrie d'information, de même que le coût en capital (Cormier et Magnan, 2007; Dhaliwal, Li, Tsang et Yang, 2011; Hummel et Schlick, 2016; Lang, 2018; Villiers et van Staden, 2011). Au contraire, les entreprises orientées

⁴ Les coûts de propriété introduisent du bruit dans le modèle en étendant la gamme d'interprétations possibles des informations retenues pour n'y inclure que les informations favorables. *Traduction libre*

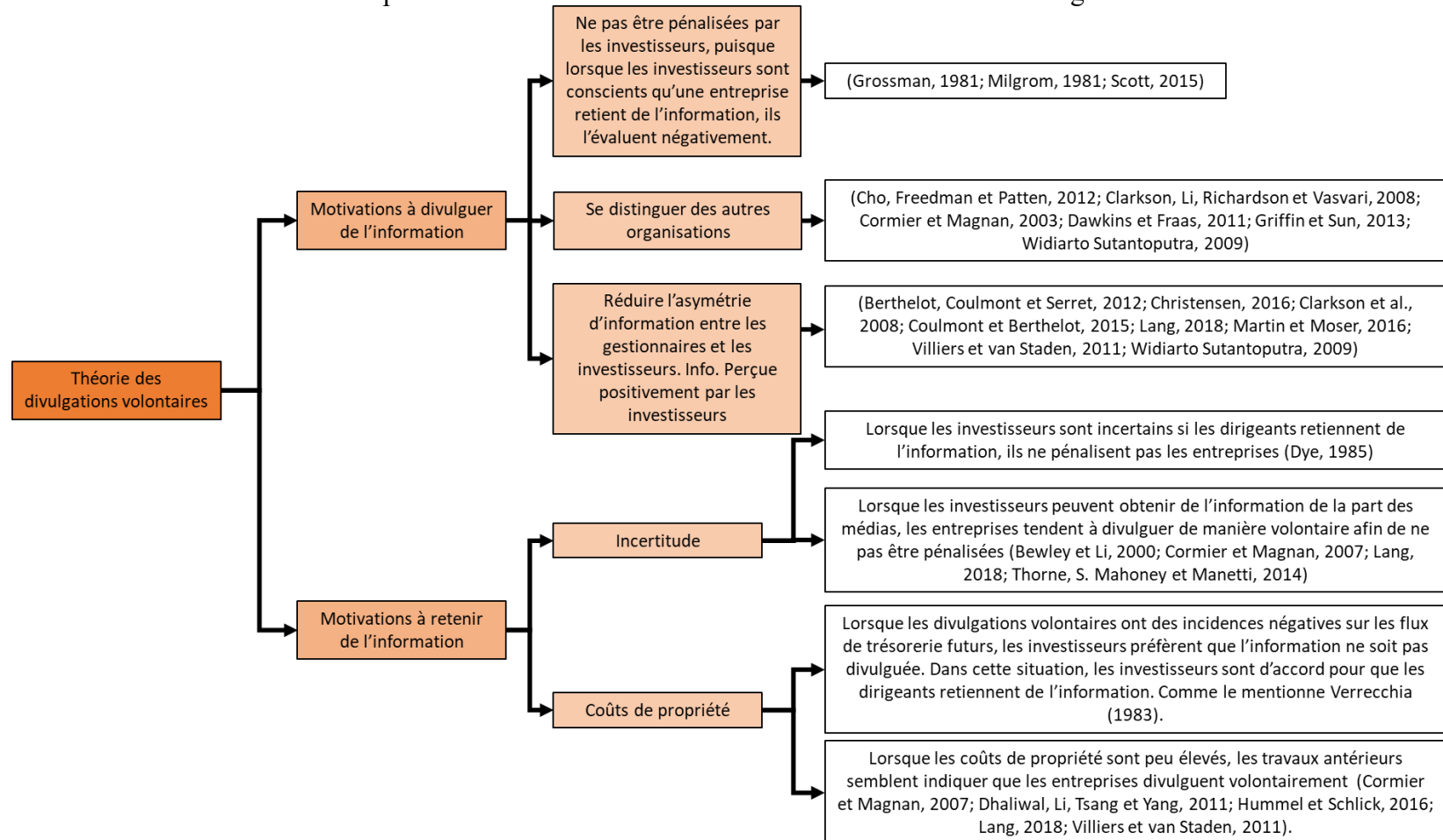
⁵ Selon les principes de la GRI (2015), les conduites comprennent la corruption, les fraudes, le non-respect des employés, la discrimination, les violations aux droits humains, les comportements anticoncurrentiels et la pollution (Global Reporting Initiative, 2015).

vers la croissance auront moins tendance à divulguer de l'information sociétale, et ce, pour ne pas être évaluées négativement par le marché en raison des fluctuations associées à la croissance de leurs activités (Dilling, 2010).

En somme, il se dégage des travaux antérieurs que certaines entreprises divulguent volontairement de l'information à caractère sociétal pour se distinguer, de même que pour réduire l'asymétrie d'information. De plus, la théorie des divulgations volontaires semble également corroborer les problèmes notés lors de la résidence quant aux qualités de l'information sociétale. En effet, les entreprises qui choisissent de ne pas divulguer ou qui divulguent principalement de l'information positive présentent aux investisseurs une image manquant de neutralité et d'exhaustivité. Le fait qu'une entreprise choisisse de ne pas divulguer de l'information peut alors avoir une incidence sur les qualités de celle-ci. Ainsi, si une entreprise retient de l'information, les utilisateurs n'obtiendront pas une image complète de celle-ci.

La théorie des divulgations volontaires semble donc corroborer les motivations à divulguer et à retenir de l'information sociétale, mais ne semble pas aborder les préoccupations relatives aux qualités de celle-ci. La Figure 2.3 présente un sommaire des motivations à divulguer et à retenir de l'information. Néanmoins, malgré la pertinence de la théorie des divulgations volontaires, celle-ci ne considère pas le fait que d'autres parties prenantes influencent et soient influencées par les activités des entreprises (Gray *et al.*, 1995).

Figure 2.3
Les motivations à présenter de l'information sociétale selon la théorie des divulgations volontaires



2.3.3 La théorie des parties prenantes

Selon les théories dites sociales, les entreprises divulguent de l'information pour répondre aux besoins de leurs parties prenantes (Ashforth & Gibbs, 1990; Deegan & Unerman, 2011; Freeman & McVea, 2001; Parmar *et al.*, 2010; Puroila & Mäkelä, 2019; Suchman, 1995). Afin de comprendre comment les différentes parties prenantes influencent ou sont influencées par les activités des entreprises, l'une des théories mobilisées est celle des parties prenantes. Selon cette théorie, tous les individus et les groupes, internes et externes, qui affectent ou qui sont affectés par les actions d'une entreprise sont considérés comme des parties prenantes (Rinaldi, Unerman et Tilt dans Bebbington *et al.*, 2014; Deegan et Unerman, 2011; Donaldson et Preston, 1995; Parmar *et al.*, 2010). Le Tableau 2.6 présente des exemples de parties prenantes.

Tableau 2.6
Les parties prenantes d'une entreprise

Type	Parties prenantes	Références bibliographiques
Internes	Employés Syndicats	Rinaldi <i>et al.</i> dans Bebbington <i>et al.</i> (2014); Donaldson et Preston (1995)
Externes	Actionnaires Investisseurs Assureurs Banques Clients Fournisseurs Organismes non gouvernementaux Communautés Médias Groupes politiques Associations d'échange	Rinaldi <i>et al.</i> dans Bebbington <i>et al.</i> (2014); Donaldson et Preston (1995)

Gosselin (2021)

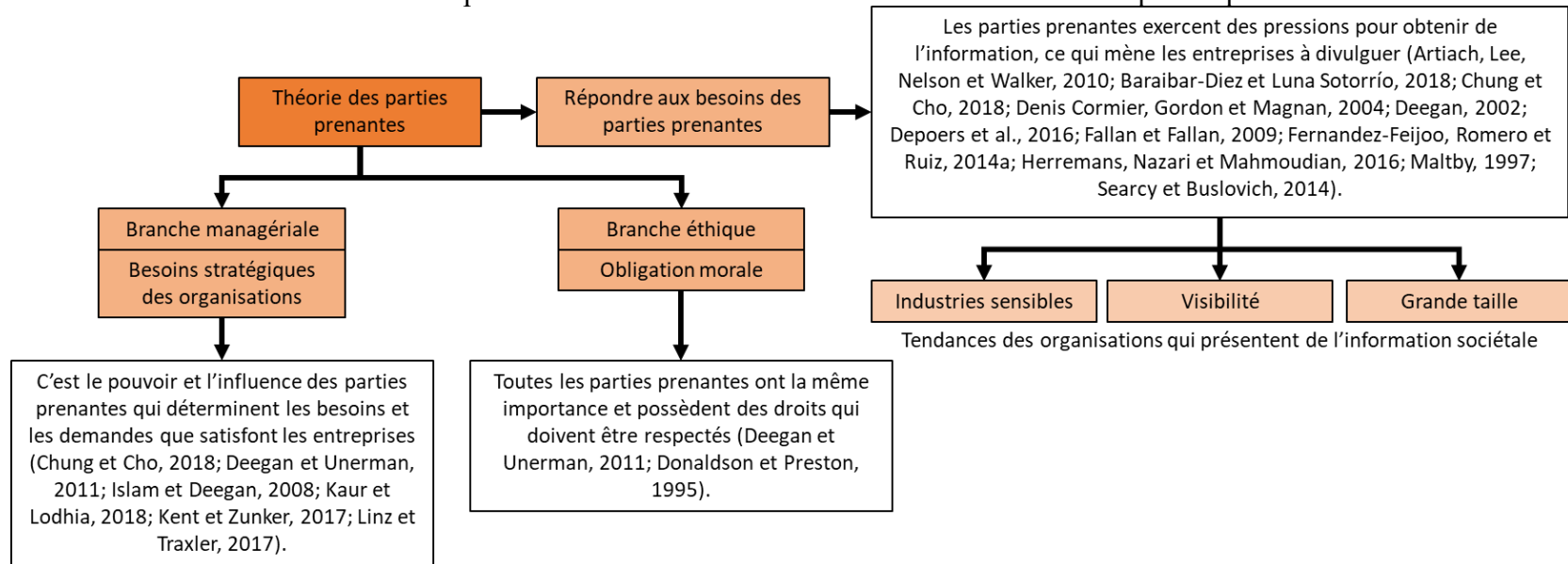
Dans le contexte du reporting sociétal volontaire, les parties prenantes exercent des pressions pour obtenir de l'information, ce qui mène les entreprises à divulguer (Artiach *et al.*, 2010; Baraibar-Diez & Luna Sotorrío, 2018; Chung & Cho, 2018; Denis Cormier *et al.*, 2004; Crifo *et al.*, 2019; Deegan, 2002; Depoers *et al.*, 2016; Fallan &

Fallan, 2009; Fernandez-Feijoo *et al.*, 2014b; Herremans *et al.*, 2016; Maltby, 1997; Searcy & Buslovich, 2014; Vitolla *et al.*, 2019). Par ailleurs, certaines tendances semblent se déceler parmi les entreprises qui divulguent de l'information sociétale, dont la taille, la visibilité et l'industrie. Tout d'abord, la taille de l'entreprise peut avoir un effet sur la décision de divulguer de l'information à caractère sociétal (Cho, Michelon, Patten et Roberts, 2015; Dyduch et Krasodomska, 2017; Fernandez-Feijoo, Romero et Ruiz, 2014b; Patten, 2002; Thorne *et al.*, 2014). En effet, les grandes entreprises doivent répondre à plus de parties prenantes et sont plus visibles, ce qui encourage la divulgation (Artiach *et al.*, 2010; Arvidsson, 2010; Baraibar-Diez et Luna Sotorrio, 2018; Brammer et Pavelin, 2004; Fernandez-Feijoo *et al.*, 2014a). Cependant, Fernandez-Feijoo *et al.* (2014a) notent que, même si les grandes entreprises cotées à la Bourse présentent plus de divulgations sociétales, celles-ci sont moins fidèles que les entreprises privées. Outre la taille, les entreprises opérant dans des industries sensibles à l'environnement divulguent de l'information sociétale en raison de leur visibilité accrue (Brown et Deegan, 1998; Cho, Michelon *et al.*, 2015; Chung et Cho, 2018; Dyduch et Krasodomska, 2017; Gray, Javad, Power et Sinclair, 2001; Patten, 2002). Ainsi, il semble que celles-ci soient conscientes que l'information sociétale influence les parties prenantes. Considérant ces tendances, les parties prenantes auxquelles les entreprises choisissent de répondre peuvent différer selon l'importance accordée aux différents groupes visés. Ce choix peut s'expliquer par les deux branches de la théorie des parties prenantes, soit la branche éthique et la branche managériale (Deegan et Unerman, 2011). Les études s'intéressant aux branches de la théorie des parties prenantes sont présentées à l'annexe 1.

En somme, il semble que les entreprises soient préoccupées par les besoins des parties prenantes qui ont par ricochet une influence sur l'information sociétale divulguée (Herremans *et al.*, 2016; Islam et Deegan, 2008; Kent et Zunker, 2017; Rezaee, 2016). Cependant, peu d'études axées sur le reporting sociétal soutiennent, de manière empirique, la théorie des parties prenantes. De plus, ces études n'abordent pas les qualités de l'information sociétale. Ainsi, dans le cadre de notre étude, à l'instar de

Gray *et al.* (1995), nous considérons que cette théorie ne permet que d'identifier les parties prenantes et qu'elle est complémentaire aux autres théories sociales.

Figure 2.4
Les motivations à présenter de l'information sociétale selon la théorie des parties prenantes



Gosselin (2021)

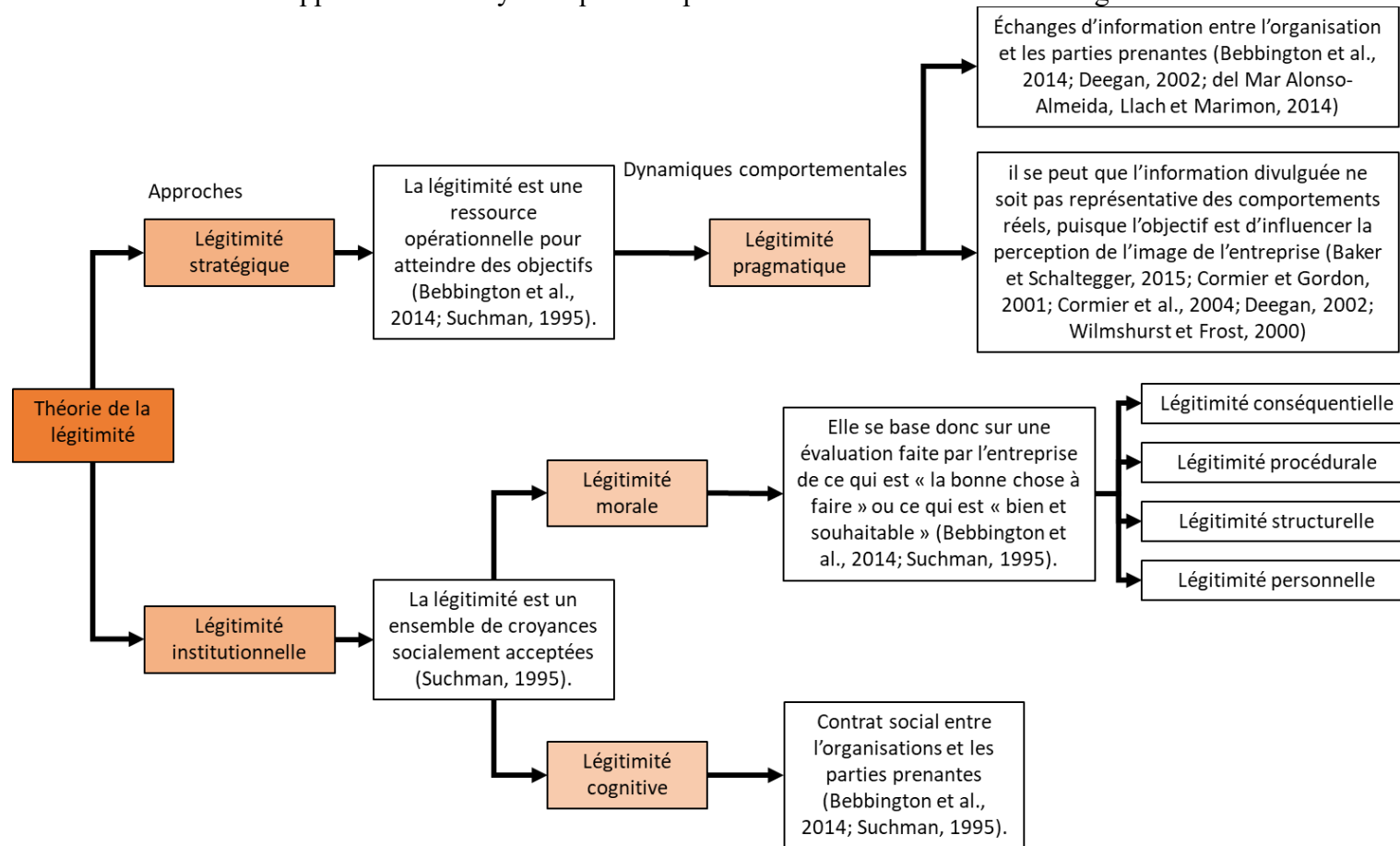
2.3.4 La théorie de la légitimité

Dans un contexte où les entreprises sont contraintes par de nombreuses normes et pressions sociales, celles-ci peuvent être concernées par la perception qu'entretiennent les parties prenantes quant à leur légitimité. La légitimité se base sur la perception des parties prenantes, leurs valeurs et les normes jugées acceptables par la société (Ashforth et Gibbs, 1990; Bebbington *et al.*, 2014; Deegan et Unerman, 2011; Suchman, 1995). Elle se manifeste donc comme un « contrat social » entre une entreprise et ses parties prenantes, dans lequel l'entreprise est consciente qu'elle doit respecter certaines bornes pour être perçue comme légitime (Ashforth et Gibbs, 1990; Bebbington *et al.*, 2014; Deegan et Unerman, 2011; Suchman, 1995).

Pour sa part, la théorie de la légitimité tente de fournir une explication aux décisions prises par les dirigeants dans leur quête de légitimité (Ashforth et Gibbs, 1990; Bebbington *et al.*, 2014; Deegan et Unerman, 2011; Suchman, 1995). Ainsi, dans le cadre de notre étude, les entreprises seraient motivées à divulguer de l'information à caractère sociétal pour être perçues comme légitimes par les parties prenantes (Bebbington et Larrinaga, 2014; Bebbington *et al.*, 2014; Brown et Deegan, 1998; Chung et Cho, 2018; Deegan, 2002; Dyduch et Krasodomska, 2017; Luo *et al.*, 2012).

Pour étudier la quête de légitimité, Suchman (1995) définit deux approches à la légitimité organisationnelle, soit la légitimité stratégique et la légitimité institutionnelle. De plus, Suchman (1995) s'intéresse aux dynamiques comportementales pour comprendre les motivations organisationnelles. La Figure 2.5 présente les approches abordées dans les prochaines sections dans un contexte de divulgation volontaire. Pour leur part, les travaux antérieurs liés aux dynamiques comportementales sont présentés à l'annexe 2.

Figure 2.5
Les approches et les dynamiques comportementales de la théorie de la légitimité



2.3.4.1 La légitimité stratégique

La première approche est stratégique et considère la légitimité comme une ressource opérationnelle (Suchman, 1995). Selon cette approche, il est possible de faire usage de la légitimité pour atteindre des objectifs (Bebbington *et al.*, 2014; Suchman, 1995). Par exemple, les entreprises souhaitant adhérer à certains fonds d'investissement ou recevoir certains prix et reconnaissances peuvent utiliser leur légitimité afin d'atteindre ces objectifs (Deegan, 2002). Dans cette perspective, la légitimité stratégique semble être associée à une dynamique comportementale pragmatique, où l'information échangée permet aux entreprises d'être perçues comme légitimes. Ainsi, il se peut que ces entreprises fassent usage de l'information sociétale afin d'être perçues comme légitimes par leurs parties prenantes (Bebbington *et al.*, 2014; Borgstedt *et al.*, 2019; Deegan, 2002; del Mar Alonso-Almeida *et al.*, 2014).

Dans le contexte à l'étude, les entreprises semblent être motivées à divulguer de l'information sociétale pour démontrer leur conformité aux attentes légales (Cormier *et al.*, 2004; Deegan, 2002), aux conditions d'emprunts (Deegan, 2002), aux exigences de l'industrie et aux codes de conduites (Buhr, 1998; Deegan, 2002; Islam et Deegan, 2008). De même, certaines entreprises tendent à adopter des structures reconnues, telles que les référentiels de la GRI et du Pacte Mondial, comme un outil dans leur quête de légitimité (Cetindamar, 2007; del Mar Alonso-Almeida *et al.*, 2014; Schreck et Raithel, 2018). Il semble donc que l'information sociétale puisse être utilisée comme un outil de légitimation pour atteindre d'autres objectifs, même si les divulgations ne sont que symboliques (Buhr, 1998; Cho, 2009; Cho, Michelon *et al.*, 2015; Deegan, 2002; Du et Vieira, 2012; Journault et Levant, 2017; Linz et Traxler, 2017; Patten, 2002).

En somme, il a été observé que la dynamique comportementale liée au pragmatisme mette l'accent sur l'utilisation de l'information dans l'atteinte de la

légitimité (Suchman, 1995). Bien que plusieurs études s'intéressent aux motivations plutôt utilitaristes, une autre approche vers les croyances socialement acceptées peut également constituer une source de motivation à divulguer de l'information sociétale. Cette seconde approche est dite institutionnelle.

2.3.4.2 La légitimité institutionnelle

L'approche institutionnelle considère que la légitimité est un ensemble de croyances socialement acceptées par les parties prenantes (Suchman, 1995). Une entreprise doit donc adopter des comportements similaires à ces pairs pour être perçue comme légitime (Suchman, 1995). Ainsi, la légitimité institutionnelle semble être liée aux dynamiques comportementales morales et cognitives, selon lesquelles les entreprises doivent évaluer les attentes des parties prenantes, puis y répondre.

Les travaux antérieurs soulèvent qu'il est difficile d'évaluer la légitimité morale puisque celle-ci est interne aux dirigeants (Suchman, 1995). Néanmoins, certaines études ont démontré que divers éléments les incitent à divulguer de l'information sociétale. Luo, Lan et Tang (2012) se sont notamment intéressés aux entreprises du Global 500 (2009) qui participent aux initiatives du CDP. Selon leurs analyses, les entreprises sont motivées à divulguer pour des raisons sociales, économiques et législatives (Luo *et al.*, 2012). De même, Feder et Weibenberger (2018) relèvent que l'attitude des dirigeants, leurs ressources et les attentes externes des parties prenantes influencent les intentions des dirigeants à s'engager dans des activités socialement responsables. Ainsi, dans cette logique, les entreprises agissent, en partie, pour le bien-être des parties prenantes.

En somme, selon l'approche institutionnelle, les entreprises divulguent volontairement de l'information à caractère sociétal afin de respecter le contrat conclu avec les parties prenantes et maintenir leur légitimité. Néanmoins, peu de travaux corroborent cette approche à la légitimité. De plus, malgré l'adoption de structures

reconnues de reporting, il se peut que les entreprises adoptent ces structures de manière symbolique (Boiral, 2013; Boiral & Henri, 2017; Borgstedt *et al.*, 2019; Journault & Levant, 2017). Ainsi, il semble que seule la perspective utilitariste de la théorie de la légitimité soit corroborée par les travaux antérieurs dans le cadre des motivations à divulguer de l'information sociétale. Néanmoins, lorsque l'information divulguée n'est pas représentative de la réalité, il peut y avoir des répercussions négatives sur les qualités (Boiral, 2016; Chelli et Gendron, 2015; Schreck et Raithel, 2018; Talbot et Boiral, 2018). Ainsi, la théorie de la légitimité ne permet pas d'aborder les qualités de l'information présentée ni les conflits pouvant en émerger.

2.3.5 La théorie Néo-Institutionnelle

La dernière théorie sociale abordée dans le cadre des motivations à divulguer de l'information sociétale s'intéresse à l'institutionnalisation. La théorie néo-institutionnelle postule que les pressions sociales incitent les entreprises à adopter des pratiques, des procédures et des comportements qui sont jugés rationnels par les parties prenantes (Meyer et Rowan, 1977). Dans ce contexte, les entreprises tendent à adopter des structures similaires et à s'homogénéiser (Deegan et Unerman, 2011; DiMaggio et Powell, 1983; Powell et DiMaggio, 1991). La théorie néo-institutionnelle permet donc d'expliquer l'alignement entre les pratiques des entreprises et les valeurs des parties prenantes (Deegan et Unerman, 2011; Dillard, Rigsby et Goodman, 2004; Meyer et Rowan, 1977). En fait, les actions prises par les entreprises ne sont pas considérées comme étant des actes rationnels des dirigeants; il s'agit plutôt d'une tendance à suivre les autres entreprises dans leurs opérations et leurs représentations (Higgins et Larrinaga dans Bebbington *et al.*, 2014; Deegan et Unerman, 2011).

Dans un contexte de divulgation d'information à caractère sociétal, les entreprises disposent de nombreuses structures et initiatives locales, nationales ou internationales pour présenter leurs informations sociétales (Perego et Kolk, 2012). Néanmoins, les travaux antérieurs démontrent que les entreprises adoptent des

structures de divulgation similaires (Ball & Craig, 2010; Denis Cormier *et al.*, 2005; de Villiers & Alexander, 2014; Ferguson *et al.*, 2016; Gomez-Gutierrez & Cormier, 2018; Jackson *et al.*, 2019), telles que les référentiels de la GRI, perçus comme légitimes (Islam et Deegan, 2008; Caron et Turcotte, 2009; de Villiers *et al.*, 2014). Ainsi, il semble qu'en raison des dynamiques institutionnelles implantées, une entreprise puisse faire des divulgations sociétales pour agir comme les autres, même si elle n'en reconnaît pas l'avantage ni l'objectif (Higgins, Stubbs et Milne, 2018).

Ce processus est défini comme l'institutionnalisation (Deegan et Unerman, 2011; DiMaggio et Powell, 1983; Meyer et Rowan, 1977). L'institutionnalisation permet d'étudier les structures de légitimation et de signification (Dillard *et al.*, 2004), où les normes adoptées par les parties prenantes sont stables, tout en laissant place à l'évolution (Zucker, 1987). Lorsque les entreprises sont similaires et homogènes, cela permet de réduire l'incertitude (Deegan et Unerman, 2011; DiMaggio et Powell, 1983; Meyer et Rowan, 1977; Powell et DiMaggio, 1991) et de fournir des règles et des structures préétablies permettant aux entreprises d'être perçues comme légitimes (Meyer et Rowan, 1977). L'institutionnalisation se divise en deux dimensions : l'isomorphisme et le découplage.

2.3.5.1 L'isomorphisme

L'isomorphisme se définit comme un processus qui mène une population à se ressembler et à s'homogénéiser dans un environnement contextuel similaire (DiMaggio et Powell, 1983; Powell et DiMaggio, 1991). Il vise à réduire l'incertitude et les turbulences organisationnelles par l'adoption de structures perçues comme légitimes (Meyer et Rowan, 1977). Dans un contexte de divulgation d'information sociétale, les entreprises tendent à imiter les structures de divulgation des autres pour être perçues comme légitimes (Aerts *et al.*, 2006; Baier *et al.*, 2018; P. Bansal & Clelland, 2004; Pratima Bansal, 2005; de Villiers & Alexander, 2014; Gomez-Gutierrez & Cormier, 2018). Il existe trois différentes formes d'isomorphisme définies par DiMaggio et

Powell (1983), soit l'isomorphisme coercitif, mimétique et normatif. Les travaux antérieurs sur ces différentes formes d'isomorphismes sont présentés à l'annexe 3.

En somme, il semble que les entreprises adoptent de manière volontaire des structures de divulgations similaires pour être perçues comme légitimes. Malgré cette légitimité, il se peut que l'entreprise n'atteigne pas l'efficacité souhaitée dans ses opérations (Meyer et Rowan, 1977; Zucker, 1987). Dans cette situation, les tensions entre la représentation de la réalité institutionnalisée et la réalité économique de l'entreprise peuvent diverger (Dillard *et al.*, 2004). La gestion de ces divergences est définie par la dimension du découplage (Deegan et Unerman, 2011; Dillard *et al.*, 2004; Meyer et Rowan, 1977).

2.3.5.2 Le découplage

Lorsque les pratiques de l'entreprise divergent de la représentation perçue par la société, il est question de découplage (Deegan et Unerman, 2011; Dillard *et al.*, 2004; Meyer et Rowan, 1977). Le découplage maintient les normes et les structures formelles jugées légitimes tout en variant les activités qui permettent de conserver l'efficacité économique (Dillard *et al.*, 2004; Meyer et Rowan, 1977). Cette séparation est un remède aux exigences symboliques dans une relation de pouvoir afin de maintenir la flexibilité de l'entreprise dans la gestion de ses ressources (Dillard *et al.*, 2004). Ainsi, dans le contexte à l'étude, les structures de reporting sociétal jugées légitimes demeuraient adoptées, mais les pratiques des entreprises seraient inchangées (Berrone *et al.*, 2015; Bouten et Everaert, 2015; Kolk *et al.*, 2008; Testa, Boiral et Iraldo, 2018). L'étude de cas de Laine, Järvinen, Hyvönen et Kantola (2017) note que l'information environnementale est « *loosely coupled* » aux activités, aux décisions et aux impacts environnementaux. Selon ces auteurs, le reporting sociétal est donc partiellement représentatif ou non représentatif de la réalité (Laine *et al.*, 2017). Par conséquent, le découplage peut avoir un impact négatif sur la représentativité de

l'information divulguée (Bebbington *et al.*, 2014; Berrone, Fosfuri et Gelabert, 2015; Deegan, 2002).

En somme, la théorie néo-institutionnelle semble expliquer les motivations à divulguer volontairement de l'information à caractère sociétal, malgré le découplage entre la divulgation et les activités. Néanmoins, la théorie néo-institutionnelle n'explique pas les problèmes liés aux qualités de l'information découlant du découplage. Dans une situation de découplage, l'information divulguée peut nuire aux décisions prises par les utilisateurs (Journault et Levant, 2017; Laine *et al.*, 2017). En effet, selon Kolk *et al.* (2008) et Laine *et al.* (2017), malgré l'adhésion à des structures de reporting sociétal volontaire, telles que les questionnaires du CDP, il se peut que l'information divulguée ne soit pas pertinente pour les utilisateurs. De plus, les dynamiques institutionnelles peuvent pousser les entreprises vers la divulgation d'information à caractère sociétal, même si les entreprises n'en reconnaissent pas l'avantage ou l'utilisent de manière symbolique (Berrone *et al.*, 2015; Higgins *et al.*, 2018; Luo *et al.*, 2012). Ainsi, la théorie néo-institutionnelle se limite aux motivations à divulguer et n'aborde pas les qualités de l'information en découlant.

Les théories soulevées dans les sections précédentes soulignent différentes motivations des entreprises à divulguer volontairement de l'information à caractère sociétal. Cependant, malgré les études qui soutiennent l'importance des divulgations sociétales, le discours narratif présenté peut ne pas être représentatif de la réalité, ce qui remet en question les qualités de l'information divulguée (Baker et Schaltegger, 2015; Bebbington et Larrinaga, 2014; Boiral, 2013; Diouf et Boiral, 2017; Journault et Levant, 2017). La prochaine partie s'intéresse donc à la qualité de l'information sociétale.

2.4 TROISIÈME PARTIE : LES QUALITÉS DE L'INFORMATION SOCIÉTALE

2.4.1 Les qualités de l'information

Afin de mieux comprendre les déterminants qui peuvent influencer les qualités de l'information sociétale divulguée de manière volontaire, nous utilisons les perspectives sur les communications comptables externes établies par Merkl-Davies et Brennan (2017), soit la perspective fonctionnaliste-comportementale et la perspective symbolique-interprétative. La première considère que la divulgation possède une valeur incrémentale sur le marché ou informationnelle (Merkl-Davies et Brennan, 2017; Riley et Yen, 2019). Pour sa part, la perspective symbolique-interprétative considère que la divulgation permet de gérer les impressions et de créer une image favorable des entreprises (Merkl-Davies et Brennan, 2017). Dans cette troisième partie, nous nous appuyons sur la théorie d'agence et la théorie de la gestion des impressions afin d'élaborer nos hypothèses (Brennan et Merkl-Davies dans Jack, 2013; Merkl-Davies et Brennan, 2007).

2.4.2 La théorie d'agence

Dans un contexte où la croissance des entreprises mène à la séparation du contrôle et de l'actionnariat, les investisseurs engagent des dirigeants pour agir en leur nom (Eisenhardt, 1989; Scott, 2015). Dans une situation de certitude, l'information transmise par les dirigeants est pertinente, fidèle et crédible, elle reflète l'entièreté d'une entreprise et les investisseurs disposent de tous les éléments nécessaires pour prendre des décisions (Scott, 2015). Cependant, en réalité, les entreprises évoluent dans un contexte d'incertitude, où il existe une asymétrie d'information entre les deux parties. Cette asymétrie se présente sous deux problèmes : la sélection adverse et le hasard moral (Akerlof, 1970; Eisenhardt, 1989; Merkl-Davies et Brennan, 2007; Scott, 2015).

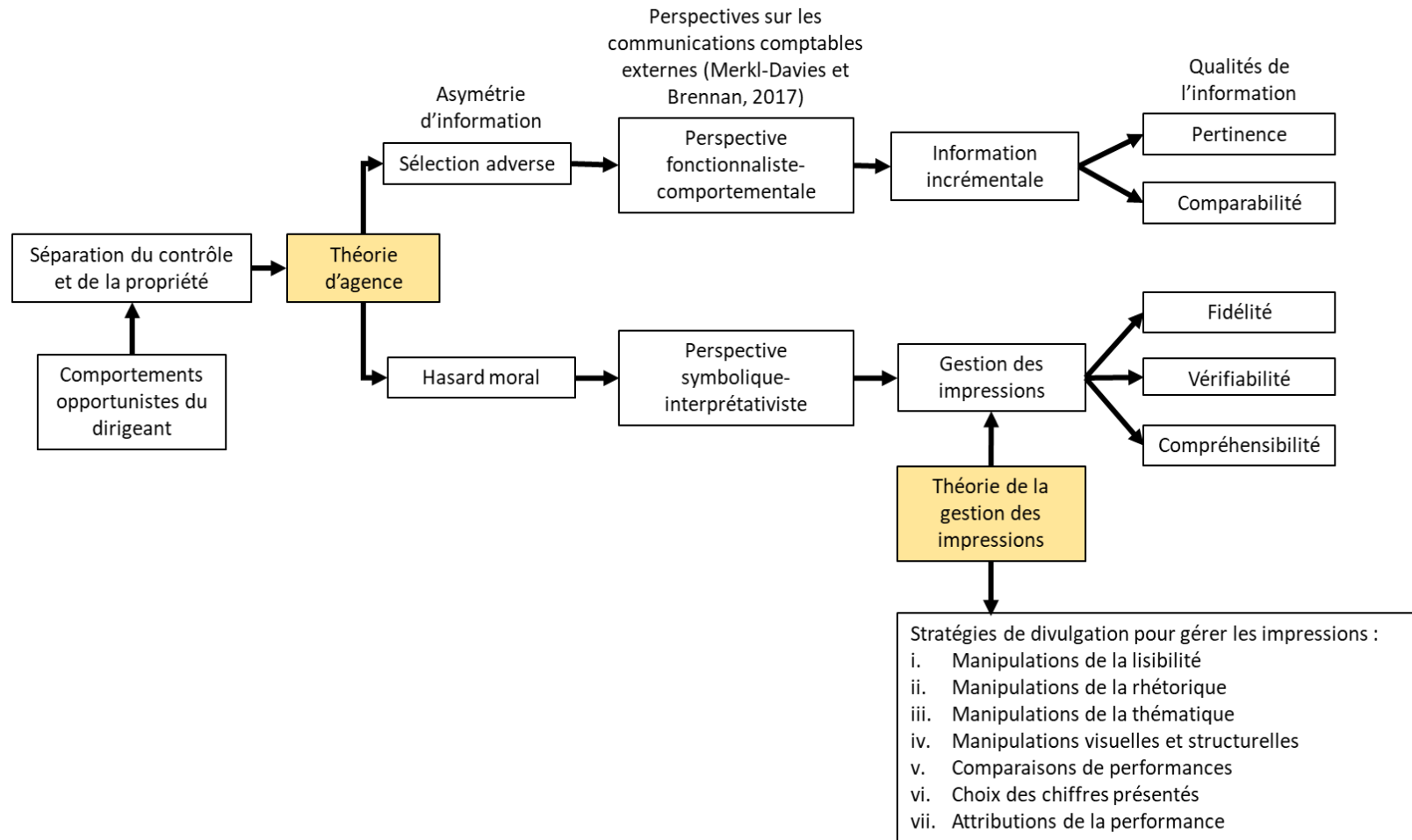
Le problème de sélection adverse se présente lorsque les dirigeants possèdent des informations qui sont inconnues des investisseurs (Akerlof, 1970; Scott, 2015). Ces informations internes concernent la performance et les flux de trésorerie futurs des entreprises (Merkel-Davies et Brennan, 2007; Scott, 2015). Dans ce contexte, la divulgation permet aux investisseurs d'obtenir de l'information pertinente et de réduire l'asymétrie d'information (Eisenhardt, 1989; Brennan et Merkel-Davies dans Jack, 2013; Merkel-Davies et Brennan, 2007, 2017; Scott, 2015). Ainsi, le problème de sélection adverse rejoint la perspective fonctionnaliste-comportementale, où l'information divulguée fournit une valeur incrémentale aux investisseurs (Merkel-Davies et Brennan, 2017; Riley et Yen, 2019).

Le second problème d'asymétrie d'information est le hasard moral et se présente lorsque les investisseurs ne peuvent observer parfaitement les efforts des dirigeants (Abrahamson et Park, 1994 ; Akerlof, 1970; Holmstrom, 1979; Scott, 2015). Dans cette situation, les investisseurs doivent se fier aux informations divulguées, même s'il se peut que celles-ci soient utilisées pour créer une image positive de l'entreprise (Cho, Michelon *et al.*, 2012; Hahn et Lülfs, 2014) et pour gérer les impressions (Boiral, 2016; Dillard *et al.*, 2004; Hooghiemstra, 2000; Merkel-Davies et Brennan, 2007). Le problème de hasard moral rejoint donc la perspective symbolique-interprétative, où l'information divulguée peut être utilisée pour gérer les impressions (Merkel-Davies et Brennan, 2017).

À l'aide des perspectives établies par Merkel-Davies et Brennan (2017), nous étudions les qualités de l'information sociétale divulguée volontairement. Pour ce faire, les différentes qualités de l'information, telles que décrites par les normes IFRS, sont explorées. Dans un premier temps, la pertinence et la comparabilité sont étudiées selon la perspective fonctionnaliste-comportementale; puis la fidélité, la vérifiabilité et la compréhensibilité sont étudiées à l'aide de la perspective symbolique-interprétative et de la théorie de la gestion des impressions. La Figure 2.6 présente le cheminement entre

la théorie d'agence, la théorie de la gestion des impressions, les perspectives des communications comptables externes et les qualités de l'information.

Figure 2.6
Les qualités de l'information dans une perspective orientée vers la divulgation d'information



2.4.3 La perspective fonctionnaliste-comportementale

La perspective fonctionnaliste-comportementale est issue de l'école de pensée où la divulgation contribue à atténuer le problème de sélection adverse (Merkl-Davies et Brennan, 2007, 2017). Dans ce contexte, les dirigeants peuvent choisir de retenir ou de divulguer de l'information afin d'influencer l'évaluation effectuée par les investisseurs (Brennan et Merkl-Davies dans Jack, 2013). L'information fournie doit donc, à la base, être pertinente (Berthelot *et al.*, 2003a; Jones, Melis, Gaia et Aresu, 2018; Merkl-Davies et Brennan, 2017; Riley et Yen, 2019).

2.4.3.1 La pertinence

La pertinence constitue l'une des qualités dites essentielles de l'information financière (International Accounting Standards Board, 2010). L'International Accounting Standards Board (2010) définit la pertinence comme « la capacité d'influencer les décisions prises par les utilisateurs ». Ainsi, l'information pertinente possède une valeur prédictive, c'est-à-dire qu'elle contribue à prévoir les flux de trésorerie futurs et permet de confirmer les évaluations antérieures (International Accounting Standards Board, 2010; Scott, 2015).

Les premières études sur la pertinence de l'information se sont intéressées au rendement des actions et au contenu du reporting financier dans un intervalle de temps précis (Scott, 2015). Parmi ces études, Ball et Brown (1968) ont examiné les rendements anormaux des actions à la suite de l'annonce des résultats comptables et ont démontré que l'information divulguée était prise en compte par les investisseurs (Scott, 2015). Par ailleurs, ces études de type événementiel comportent certaines lacunes, puisqu'elles doivent être évaluées dans un intervalle de temps précis (Scott, 2015). De même, Ball et Brown (1968) et Lev (1989) en sont venus à la conclusion selon laquelle le prix des actions considérait déjà la majeure partie des bénéfices (Scott,

2015). Ainsi, à partir de ces constats furent développés les modèles de valorisation ou de *value relevance*. Parmi ces modèles évaluant le prix des titres sur les marchés, ceux proposés par Ohlson (1995) et Barth (1994) sont, encore aujourd'hui, utilisés dans de nombreuses études sur la pertinence.

Dans le contexte de la divulgation d'information à caractère sociétal, outre les articles relevés par Berthelot *et al.* (2003), peu d'études de type événementiel sont relevées. Néanmoins, Janney *et al.* (2009) démontrent, à l'aide d'analyses des retours anormaux, que la conformité au UNGC est perçue positivement par les investisseurs. Au contraire, Xu, Zeng et Tam (2012) déterminent que la divulgation d'infractions environnementales a peu d'incidence sur le marché chinois, en raison du contexte réglementaire peu orienté vers l'environnement. Les modèles de valorisation, pour leur part, ont été davantage étudiés dans le contexte la divulgation d'information sociétale. La revue de la littérature sur la pertinence de l'information environnementale de Berthelot *et al.* (2003) conclut notamment que certaines informations divulguées sont pertinentes et prises en compte par les investisseurs. Depuis, de nombreuses études démontrent aussi que certaines informations sociétales sont prises en compte par les investisseurs (Bachoo, Tan et Wilson, 2013; Berthelot *et al.*, 2012; Carnevale et Mazzuca, 2014; Carnevale, Mazzuca et Venturini, 2012; Cho, Michelon, Patten et Roberts, 2014; Clarkson *et al.*, 2013; Cormier et Magnan, 2007; Coulmont et Berthelot, 2015; De Klerk, de Villiers et van Staden, 2015; de Villiers et Marques, 2016; Fazzini et Dal Maso, 2016; Hassel, Nilsson et Nyquist, 2005; Plumlee *et al.*, 2015; Reverte, 2016; Sinkin, Wright et Burnett, 2008; Verbeeten, Gamerschlag et Möller, 2016). Toutefois, l'obtention d'assurance pour l'information sociétale ne semble pas être pertinente pour les investisseurs (Cho *et al.*, 2014; Fazzini et Dal Maso, 2016). De leur côté, Moneva et Cuellar (2009) relèvent que certaines informations environnementales de nature financière sont pertinentes pour les investisseurs, mais que l'information non financière n'est pas prise en compte par les investisseurs. Selon ces auteurs, l'information non financière est plutôt utilisée pour rehausser l'image de l'entreprise (Moneva et Cuellar, 2009). Ainsi, malgré sa pertinence, la présence d'information

sociétale ne garantit pas que celle-ci soit représentative des comportements réels des entreprises.

En somme, de nombreuses études dans les dernières décennies se sont intéressées à la pertinence de l'information sociétale et ont démontré que certaines informations sont prises en compte de manière positive par les investisseurs (Arena *et al.*, 2015; Berthelot, Cormier et Magnan, 2003b; Lys, Naughton et Wang, 2015). Cela dit, nous concluons qu'il est d'intérêt d'examiner les autres qualités de l'information. Dans un premier temps, nous présentons la comparabilité dans un contexte de sélection adverse. Puis, dans une perspective symbolique-interprétative de la divulgation, nous nous intéressons aux autres qualités de l'information dans un contexte de hasard moral, soit la fidélité, la vérifiabilité et la compréhensibilité.

2.4.3.2 *La comparabilité*

Parmi les qualités auxiliaires liées à l'utilisation de l'information, on retrouve la comparabilité (Callao, Jarne et Laínez, 2007; Krisement, 1997). Il s'agit de la possibilité pour les utilisateurs de comparer les informations d'une entreprise avec d'autres entreprises ou sur différentes périodes (International Accounting Standards Board, 2010). En sciences comptables, la comparabilité aborde la cohérence et la permanence des différentes méthodes de compilation (International Accounting Standards Board, 2010; Smith et van der Heijden, 2017).

Dans un contexte de sélection adverse, la divulgation d'information comparable permet de réduire le coût de l'information pour les investisseurs, puisque ceux-ci peuvent évaluer différentes entreprises sans devoir engager des coûts supplémentaires (Endrawes, Feng, Lu et Shan, 2018; Kim, Kim et Musa, 2018). Néanmoins, l'utilisation de différentes méthodes de comptabilisation peut rendre la comparabilité difficile pour les utilisateurs (Krisement, 1997).

Pour leur part, les travaux antérieurs s'étant intéressés à la comparabilité de l'information sociétale démontrent que les comparaisons entre entreprises sont difficiles, en raison de la pluralité des échelles de mesure (Ilinitch *et al.*, 1998; Matthew Wegener *et al.*, 2019). En effet, les initiatives comme la GRI (Boiral, 2016; Boiral et Henri, 2017; Diouf et Boiral, 2017; Hubbard, 2011; Roca et Searcy, 2012) et la CDP (Kolk *et al.*, 2008) présentent des indicateurs variés qui ne sont pas appliqués de manière constante par les entreprises, nuisant ainsi à l'interprétation des données. Quelques études se sont penchées sur les solutions pour améliorer la comparabilité de l'information. En comptabilité financière, la réglementation (Miller, 1978), de même que l'instauration d'un comité d'audit (Endrawes *et al.*, 2018), semble accroître la comparabilité. Des constatations similaires sont relevées pour les informations à caractère sociétal, où le manque de normalisation et d'encadrement semble nuire à la comparabilité et à l'exhaustivité (Ballou *et al.*, 2006; Boiral et Henri, 2017; Hubbard, 2011; Lament, 2015). Il semble donc que la normalisation puisse être un remède au manque de comparabilité.

À ce jour, peu d'études abordent la comparabilité de l'information à caractère sociétal divulguée volontairement et les études s'y intéressant se basent généralement sur des petits échantillons en raison du manque de cohésion entre les différents rapports (Boiral, 2016; Boiral et Henri, 2017; Diouf et Boiral, 2017; Hubbard, 2011). Ainsi, dans le cadre de notre étude, il serait difficile de comparer le contenu des rapports sociétaux puisque les divulgations à l'étude sont discrétionnaires. Néanmoins, même si nous n'abordons pas particulièrement la comparabilité dans le cadre de notre étude, la comparabilité entre les données sera quand même évaluée à l'aide de l'exhaustivité. En effet, l'information complète doit permettre de dresser une image comprenant toute l'information nécessaire à la compréhension d'un élément donné (International Accounting Standards Board, 2010), ce qui implique la possibilité de comparer l'information divulguée.

Pour conclure sur la perspective fonctionnaliste-comportementale, il semble que plusieurs études aient démontré la valeur incrémentale de la divulgation d'informations sociétales. Certaines informations sociétales sont donc pertinentes pour les utilisateurs, même s'il peut être difficile de les comparer dans un contexte volontaire. Malgré la pertinence de cette information, il se peut que les entreprises soient motivées par l'atteinte d'objectifs opportunistes, plutôt que par la réduction de l'asymétrie d'information (Abrahamson et Park, 1994; Chauvey, Giordano-Spring, Cho et Patten, 2015; Lopatta, Kaspereit et Tideman, 2018; Mahoney, Thorne, Cecil et LaGore, 2013; Tello, Hazelton et Cummings, 2016). Il importe donc de s'intéresser aux déterminants qui ont une incidence sur les autres qualités de l'information, lorsque la divulgation n'est pas nécessairement représentative des comportements adoptés.

2.5 LA PERSPECTIVE SYMBOLIQUE-INTERPRÉTATIVE

La perspective symbolique-interprétative est issue de l'école de pensée où l'information divulguée permet de gérer la perception des parties prenantes, dont les investisseurs (Merkl-Davies et Brennan, 2017). Dans cette situation, les efforts des dirigeants ne sont pas parfaitement observables par les investisseurs (Merkl-Davies et Brennan, 2007, 2017; Scott, 2015). Il se peut alors que les dirigeants tirent avantage de l'asymétrie d'information afin de gérer la perception des parties prenantes (Merkl-Davies, Brennan et McLeay, 2011).

2.5.1 La représentativité de l'information divulguée

Selon la perspective symbolique-interprétative de la divulgation d'information, les entreprises peuvent s'orienter vers la gestion des perceptions plutôt que l'engagement réel envers les parties prenantes (Brown et Dillard, 2014; Kanbaty, Hellmann et He, 2018). Ainsi, il se peut que les dirigeants présentent une image désirable et favorable, même si celle-ci est incomplète ou n'est pas représentative de la

réalité (Boiral, 2016; Diouf et Boiral, 2017; Talbot et Boiral, 2015, 2018). Ce phénomène peut être étudié à l'aide de la théorie de la gestion des impressions.

2.5.1.1 La théorie de la gestion des impressions

La gestion des perceptions peut se définir par la gestion des impressions ou *impression management*. Hooghiemstra (2000, p.60) propose la définition suivante :

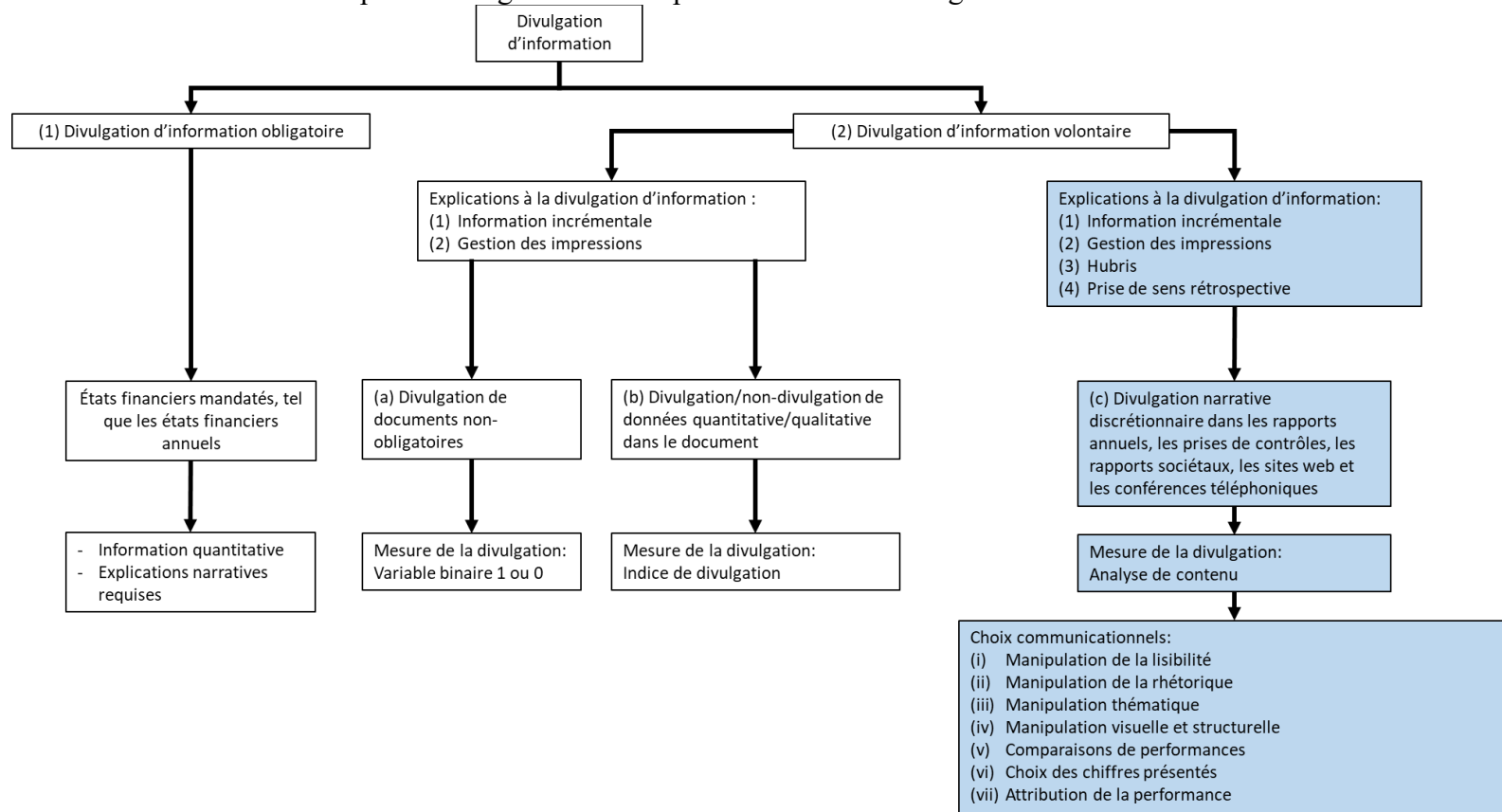
Self-presentation or impression management is a field of study within social psychology and is concerned with studying how individuals present themselves to others in order to be perceived favourably by others.⁶

En psychologie, la théorie de la gestion des impressions a comme objet d'étude les individus, leurs motivations à gérer les impressions et la construction de l'impression (Leary et Kowalski, 1990). Cette théorie est également mobilisée dans les études organisationnelles (Chung et Cho, 2018; Diouf et Boiral, 2017; Gardner et Martinko, 1988; Hooghiemstra, 2000; Brennan et Merkl Davies dans Jack, 2013; Kim *et al.*, 2014; Merkl-Davies et Brennan, 2007, 2017; Merkl-Davies *et al.*, 2011; Neu, Warsame et Pedwell, 1998). Dans ce contexte, les organisations peuvent faire usage de l'information divulguée pour influencer la perception du message transmis aux parties prenantes, dont les investisseurs (Brennan et Merkl-Davies dans Jack, 2013; Merkl-Davies et Brennan, 2007, 2017; Merkl-Davies *et al.*, 2011). La figure 2.7, telle que présentée par Brennan et Merkl-Davies dans Jack (2013; p. 11), positionne la gestion des impressions dans le contexte de la divulgation d'information, où les entreprises peuvent faire usage de stratégies de divulgation afin d'être perçues favorablement. Parmi les stratégies de gestion des impressions, les travaux antérieurs relèvent les suivantes (Brennan et Merkl-Davies dans Jack, 2013; Merkl-Davies et Brennan, 2007, 2017; Merkl-Davies *et al.*, 2011) :

⁶ L'autoprésentation ou la gestion des impressions est un domaine d'étude issu de la psychologie sociale et vise à étudier comment les individus se présentent aux autres pour être perçus favorablement par les autres. (*Traduction libre*)

1. Manipulations de la lisibilité : difficulté de lecture et obfuscation de l'information;
2. Manipulations de la rhétorique : un langage persuasif est utilisé, tel que dissimuler ou minimiser les éléments négatifs et l'usage de divulgations passives;
3. Manipulations de la thématique : biais dans les thématiques utilisées et l'utilisation de mots positifs et négatifs afin de minimiser l'information négative et mettre l'accent sur l'information positive;
4. Manipulations visuelles et structurelles : police utilisée, ordre de présentation des informations, répétitions, renforcement;
5. Comparaisons de performances : biais dans le choix des valeurs numériques présentées, comme les comparaisons avec d'autres entreprises ou dans l'industrie;
6. Choix des chiffres présentés : sélectivité dans le choix des valeurs numériques, élimination des valeurs défavorables;
7. Attributions de la performance : attribuer les résultats positifs à des facteurs internes et les résultats négatifs à des facteurs externes.

Figure 2.7
La place de la gestion des impressions dans la divulgation d'information



Brennan et Merkl-Davies dans Jack (2013; p. 11) *traduction libre*

Ces différentes stratégies de gestion des impressions sont d'ailleurs notées dans le cadre des études s'intéressant à la divulgation d'information sociétale (Barkemeyer *et al.*, 2014; Beretta *et al.*, 2019; Boiral, 2016; Borgstedt *et al.*, 2019; Carlos & Lewis, 2018; Chelli *et al.*, 2019; Chong *et al.*, 2019; Chung & Cho, 2018; Demir & Min, 2019; Diouf & Boiral, 2017; du Toit, 2017; Fisher *et al.*, 2019; García-Sánchez *et al.*, 2019; Haller *et al.*, 2018; Hooghiemstra, 2000; Hummel *et al.*, 2019; Hyatt & Berente, 2017; Kanbaty *et al.*, 2018; Li & Haque, 2019; Melloni *et al.*, 2017; Nazari *et al.*, 2017; Neu *et al.*, 1998; Nik Ahmad & Hossain, 2019; Sandberg & Holmlund, 2015; Solomon *et al.*, 2013; Talbot & Boiral, 2015, 2018), un sommaire de ces études est présenté à l'annexe 4. Ainsi, les dirigeants peuvent faire des manipulations et de fausses représentations pour être perçus de manière positive (Hooghiemstra, 2000). Dans le contexte de la RSE, ce phénomène se définit par le *greenwashing* (Borgstedt *et al.*, 2019; Gray & Milne, 2002; Laufer, 2003).

2.5.1.2 Le *greenwashing*

Le *greenwashing* ou l'écoblanchiment est un acte délibéré et intentionnel de manipulations liées à l'environnement (Berrone *et al.*, 2015; Laufer, 2003; Lois Mahoney *et al.*, 2013; Seele et Gatti, 2015). Celui-ci peut être considéré comme une stratégie de quête de légitimité par les entreprises (Borgstedt *et al.*, 2019; Laufer, 2003; Mahoney *et al.*, 2013; Marquis & Toffel, 2012; Seele & Gatti, 2015). Laufer (2003, p.25) définit le *greenwashing* de la manière suivante :

The emergence of the terms "greenwash" and "bluewash" (washing through the reputation of the United Nations) reflect an increasing apprehension that at least some corporations creatively manage their reputations with the public, financial community, and regulators, so as to hide deviance, deflect attributions of fault, obscure the nature of the problem or allegation, reattribute blame, ensure an entity's reputation

and, finally, seek to appear in a leadership position (see, e.g., Quirola and Schlup, 2001).⁷

Pour leur part, Seele et Gatti (2015) soulignent que les définitions de Greenpeace et du Oxford English Dictionary sont aussi utilisées par les travaux antérieurs, comme cela est présenté dans le Tableau 2.7. Toutefois, nous adoptons la définition de Laufer (2003) puisqu'elle aborde l'incidence des comportements des entreprises sur les parties prenantes.

Tableau 2.7
Le Greenwashing, revue de la littérature de Seele et Gatti (2015)

Source	Définition	Littérature soulevant cette définition selon Seele et Gatti (2015)
Oxford English Dictionary	Disinformation disseminated by an organization so as to present an environmentally responsible public image. ⁸	Furlow, 2010; Gillespie, 2008; Mitchell and Ramey, 2011; Ramus and Montiel, 2005; Stamoulakis and Bridwell, 2009; Vos, 2009
Greenpeace	The act of misleading consumers regarding the environmental practices of a company or the environmental benefits of a product or service. ⁹	Chen and Chang, 2013; Delmas and Cuerel Burbano, 2011; Fliegelman, 2009; Parguel <i>et al.</i> , 2009, 2011; Gallicano, 2011

Adapté de Seele et Gatti (2015)

Dans ce contexte de désinformation, l'omission peut aussi être considérée comme du *greenwashing*. En effet, selon Devin (2016) et Jones, Melis, Gaia et Aresu (2018), même si une entreprise ne produit pas de divulgations trompeuses, l'absence d'information nuit au processus décisionnel des utilisateurs. De même, Adler, Mansi et Pandey (2018) et Journault et Levant (2017) notent que l'information sociétale divulguée est souvent incomplète et que peu d'entreprises dévoilent des éléments

⁷ L'émergence des termes « greenwash » et « bluewash » [...] reflète une appréhension croissante que certaines entreprises gèrent de manière créative leur réputation auprès du public, de la communauté financière et des régulateurs, afin de cacher la déviance, détourner les attributions de la faute, obscurcir la nature du problème ou de l'allégation, réaffirmer le blâme, assurer la réputation de l'entité et, finalement, chercher à apparaître dans une position de leadership (voir, par exemple, Quirola et Schlup, 2001). (*traduction libre*)

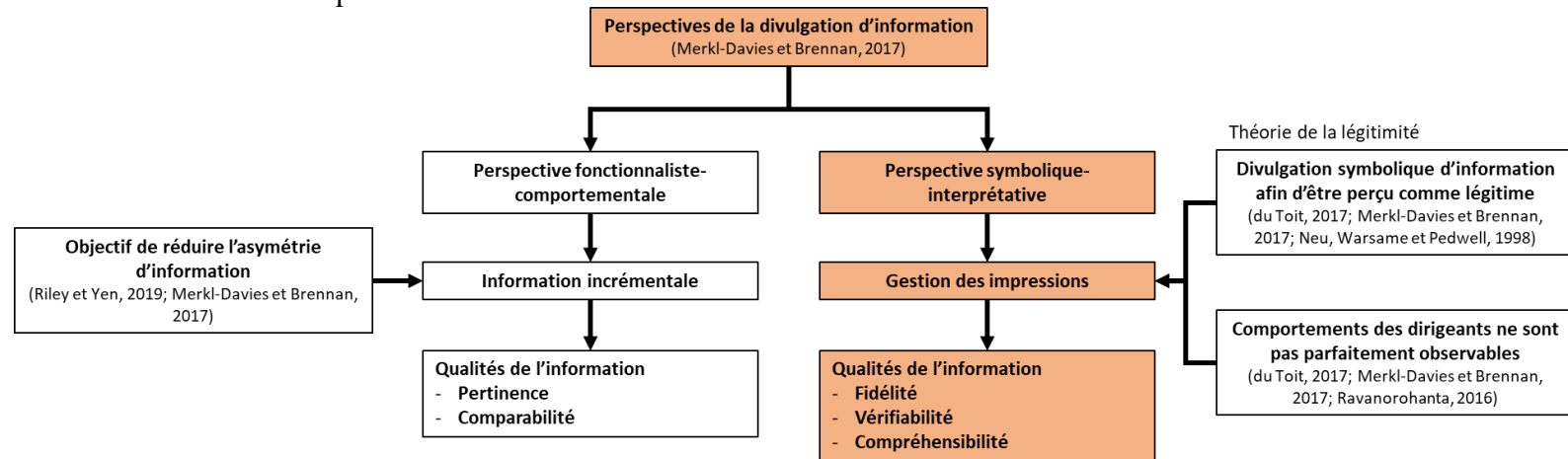
⁸ La désinformation diffusée par une entreprise afin de présenter une image publique écologiquement responsable. (*traduction libre*)

⁹ L'acte de tromper les consommateurs concernant les pratiques environnementales d'une entreprise ou les avantages environnementaux d'un produit ou d'un service. (*traduction libre*)

substantiels. Par ailleurs, la divulgation d'information peut permettre la construction d'un spectacle tel que défini par Baudrillard (1995) et Debord (1992) (Boiral, 2013; Boiral & Heras-Saizarbitoria, 2020; Davison & Warren, 2009). La perspective philosophique du spectacle met l'accent sur les apparences et l'image plutôt que sur les actions, ce qui nuit à la qualité du message transmis (Boiral, 2013; Boiral & Heras-Saizarbitoria, 2020; Debord, 1992). Ainsi, notre définition de la gestion des impressions comprend le *greenwashing*. Toutefois, la gestion des impressions n'est pas toujours indicative de fausses représentations. En effet, il se peut que l'information soit véridique, mais que des biais ou des manipulations affectent sa qualité (Bloomfield, 2008).

En somme, il semble que dans une perspective symbolique-interprétative des communications comptables, la divulgation sociétale puisse différer des efforts engagés que ce soit par souci du maintien de la légitimité ou pour manipuler les parties prenantes. La figure 2.8 illustre les liens établis entre la théorie de la légitimité, la théorie d'agence et la gestion des impressions comme un ensemble qui peut avoir une incidence sur les qualités de l'information à caractère sociétal divulguée.

Figure 2.8
Les qualités de l'information à caractère sociétal dans un contexte de hasard moral



Gosselin (2021)

Il convient donc de s'intéresser aux déterminants de la qualité de l'information sociétale. Pour ce faire, une revue des travaux antérieurs a été complétée afin de considérer différents déterminants qui peuvent avoir une incidence sur la qualité de l'information sociétale divulguée tout en se basant sur les utilisateurs des rapports. Le choix des déterminants est établi à l'aide de notre revue des travaux antérieurs et permet de considérer les différentes parties prenantes qui peuvent avoir une incidence sur la qualité de l'information sociétale divulguée. Les déterminants de la qualité de l'information sociétale

Le choix des déterminants est issu des travaux antérieurs et apporte une combinaison de nouveauté et de déterminants davantage étudiés en sciences comptables. Dans un premier temps, nous utilisons l'image organisationnelle comme déterminants des parties prenantes externes, puisqu'elle permet d'analyser, entre autres, la couverture médiatique et la perception du public général. Par la suite, les pratiques de gouvernance sont analysées comme déterminants des mécanismes mis en place par le système de gouvernance. La gouvernance fait également partie d'un sujet largement étudié en lien avec la divulgation d'information sociétale (Rao & Tilt, 2016). Ensuite, nous portons notre attention vers les comportements opportunistes des dirigeants par l'entremise du narcissisme managérial. Ce déterminant a moins été étudié dans le contexte de la divulgation sociétale, mais il a été examiné dans le contexte de la qualité. Enfin, les agissements court-termistes des actionnaires sont examinés. Ce déterminant est peu étudié par les travaux antérieurs et encore moins dans les travaux sur la divulgation sociétale. Néanmoins, les comportements court-termistes s'opposent à la RSE, ce qui pourrait avoir une incidence sur les divulgations produites par les entreprises. Le tableau 2.8 présente les études qui ont étudié le lien entre la divulgation sociétale et les déterminants choisis dans le cadre de notre étude.

Tableau 2.8
Les déterminants de la qualité de l'information sociétale

Déterminants	Références
Image organisationnelle	(Deegan et Rankin, 1996; O'Donovan, 2002; De Villiers et van Staden, 2006; Simnett <i>et al.</i> , 2009; Boiral et Gendron, 2011; Cho, Michelon <i>et al.</i> , 2012; Du et Vieira, 2012; Gillet, 2012; Boiral, 2013; Green et Zhou, 2013; Sierra, Zorio et Garcia-Benau, 2013; Zorio <i>et al.</i> , 2013; Hahn & Lülfs, 2014; Chelli et Gendron, 2015; Cho <i>et al.</i> , 2015; Fernandez- Feijoo <i>et al.</i> , 2015; Sandberg et Holmlund, 2015; Boiral, 2016; Dobbs et van Staden, 2016; Ferguson <i>et al.</i> , 2016; Diouf et Boiral, 2017; Journault et Levant, 2017; Cui <i>et al.</i> , 2018; Talbot et Boiral, 2018, 2015; Hossain <i>et al.</i> , 2019; Kim, 2019; Riley & Yen, 2019; Chong, Narayan et ali, 2019; Hummel, Schlick et Fifka, 2019; Boiral et Heras-Saizorbitoria, 2020)
Gouvernance	(Beltratti <i>et al.</i> , 2005; Donnelly et Mulcahy, 2008; Kent et Milgrom, 2008; Kolk, 2008; Cormier, Ledoux et Magnan, 2009; Said, Hj Zainuddin et Haron, 2009; Chau et Gray, 2010; Rupley <i>et al.</i> , 2012; Ruhnke et Gabriel, 2013; Chan, Watson et Woodliff, 2014; Cormier et Magnan, 2014; Jizi <i>et al.</i> , 2014; Arena <i>et al.</i> , 2015; Kend, 2015; Rossi et Tarquinio, 2017)
Narcissisme managérial	(Riley et Yen, 2019; Baik, Brock, Farber et Lee, 2018; Petit et Bollaert, 2012; Armenic et Craig, 2010)
Financiarisation	(Abu Bakar et Ameer, 2011; Ciprian Dimitru, 2012; Lanis et Richardson, 2012; Preuss, 2010, 2012; Amidu, Kwakye, Harvey et Yorke, 2016; Beuselinck <i>et al.</i> , 2018)

Gosselin (2021)

2.5.2 L'image organisationnelle

Le premier déterminant soulevé est l'image organisationnelle. En cette ère d'abondance et d'accessibilité à l'information par différents médiums, la visibilité médiatique des entreprises est accrue (Graf-Vlachy *et al.*, 2020). Celles-ci peuvent être visibles pour des raisons positives, comme la performance, les prix et les reconnaissances; ou pour des raisons négatives comme les échecs, les infractions et les pénalités (Curley et Noormohamed, 2014; Rupley, Brown et Marshall, 2012). Ainsi, dans un contexte où la divulgation sociétale est volontaire, les entreprises avec une grande visibilité médiatique présentent plus de divulgations, puisqu'elles doivent composer avec de nombreuses pressions légales, externes et médiatiques (Aerts & Cormier, 2009; Baudot *et al.*, 2019; Bewley & Li, 2000; Blanc *et al.*, 2019; Brammer & Pavelin, 2008; N. Brown & Deegan, 1998; Denis Cormier *et al.*, 2005; Cormier &

Magnan, 2007; Miras-Rodríguez *et al.*, 2020; Patten, 2002). Lors de la revue des travaux antérieurs, nous avons noté que l'image organisationnelle a été étudiée en relation avec la fidélité, la vérifiabilité et la compréhensibilité.

2.5.3 Les pratiques de Gouvernance

Outre la visibilité et l'image, la croissance des entreprises mène également à la séparation du contrôle et de l'actionnariat. Dans cette perspective, les dirigeants peuvent adopter des comportements opportunistes qui sont partiellement inobservables par les investisseurs en raison de la diffusion du pouvoir décisionnel (Berle et Means, 1991; Fama et Jensen, 1983; Scott, 2015). Afin de remédier à ce problème, les travaux antérieurs encouragent la surveillance des comportements des dirigeants par un conseil d'administration et que celui-ci guide les entreprises dans l'intérêt des actionnaires (Scott, 2015).

À son essence, le conseil d'administration joue plusieurs rôles. Selon les travaux antérieurs, en général, quatre rôles sont accordés aux conseils d'administration. Le premier est le rôle de contrôle, où les administrateurs doivent surveiller les dirigeants afin de s'assurer qu'ils agissent dans l'intérêt des investisseurs (Daily, Dalton et Cannella, 2003; Fama et Jensen, 1983; Johnson, Daily et Ellstrand, 1996; Zahra et Pearce, 1989). Le second rôle est celui de services ou de conseil (Johnson *et al.*, 1996). Il implique que les administrateurs recommandent des solutions et agissent à titre de conseiller pour la direction lorsque des problèmes émergent (Daily *et al.*, 2003; Fama et Jensen, 1983; Johnson *et al.*, 1996; Zahra et Pearce, 1989). Ce rôle peut être considéré complémentaire au troisième rôle qui est lié à la stratégie (Daily *et al.*, 2003; Johnson *et al.*, 1996). Le rôle stratégique du conseil d'administration est lié au développement de stratégies qui s'alignent sur les intérêts des investisseurs (Daily *et al.*, 2003; Johnson *et al.*, 1996; Zahra et Pearce, 1989). Enfin, le quatrième rôle est lié à la mobilisation des ressources que requiert l'entreprise (Daily *et al.*, 2003; Johnson *et al.*, 1996). Dans cette situation, les administrateurs se doivent de faciliter l'obtention

des ressources requises, qu'elles soient liées à des ressources matérielles ou intellectuelles (Daily *et al.*, 2003; Johnson *et al.*, 1996). Afin de s'assurer que le conseil d'administration s'acquitte de ses responsabilités, l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) définit cinq principes de gouvernance qui doivent être respectés (Organisation for Economic Co-Operation and Development, 1999) :

1. Les droits des actionnaires : la gouvernance doit protéger les droits des actionnaires.
2. Le traitement équitable des actionnaires : la gouvernance doit assurer un traitement équitable de tous les actionnaires.
3. La reconnaissance des droits des parties prenantes : la gouvernance doit reconnaître les droits des parties prenantes et encourager la collaboration entre l'organisation et les parties prenantes.
4. Les divulgations et la transparence : la gouvernance doit assurer la divulgation d'information exacte et au temps opportun sur tous les aspects significatifs liés à l'organisation.
5. La responsabilité du conseil d'administration : la gouvernance doit assurer l'orientation stratégique de l'organisation, la surveillance des gestionnaires et la responsabilité du conseil d'administration envers l'organisation et les gestionnaires.

En respectant ces principes, la gouvernance devrait assurer la mise en place de comportements socialement responsables et la divulgation de ceux-ci de manière transparente (Beltratti, 2005; Jamali, Safieddine et Rabbath, 2008; Shahin et Zairi, 2007; Sivakumar, 2009; Barnea et Rubin, 2010; Bear, Rahman et Post, 2010; Del Mar Miras et Di Pietra, 2017; Jo et Harjoto, 2011; Khanchel El Mehdi, 2013). Ainsi, la gouvernance devrait permettre de veiller aux qualités de l'information divulguée.

Les travaux antérieurs, qui se sont intéressés à l'incidence des pratiques de gouvernance sur la divulgation sociétale, soulignent que la composition du conseil d'administration peut influencer le volume de divulgations (Rao, Tilt et Lester, 2012;

Rao et Tilt, 2016). De même, une revue de la littérature de Rao et Tilt (2016) affirme que l'indépendance (Barako et Brown, 2008; Cheng et Courtenay, 2006; Htay, Rashid, Adnan et Meera, 2012; Huafang et Jianguo, 2007; Rao *et al.*, 2012; Liao, Luo et Tang, 2015; Lorenzo, Sánchez et Gallego-Álvarez, 2009; Mohd Ghazali, 2007) et la taille (Rao *et al.*, 2012) du conseil d'administration semblent mener à un volume plus élevé de divulgations sociétales. L'annexe 5 présente les travaux relevés par ces auteurs. Lors de notre revue des travaux antérieurs, il fut noté que les qualités abordées dans le cadre des études sur les pratiques de gouvernance sont liées à la fidélité (Arena *et al.*, 2015; Chan, Watson et Woodliff, 2014; Jizi *et al.*, 2014; Rupley *et al.*, 2012; Chau et Gray, 2010; Said, Hj Zainuddin et Haron, 2009; Donnelly et Mulcahy, 2008; Kent et Milgrom, 2008; Kolk, 2008; Beltratti *et al.*, 2005) et à la vérifiabilité (Rossi et Tarquinio, 2017; Kend, 2015; Cormier et Magnan, 2014; Ruhnke et Gabriel, 2013; Cormier, Ledoux et Magnan, 2009) par l'entremise de l'audit de l'information sociétale. Ainsi, les hypothèses formulées sont liées exclusivement à ces deux qualités.

Malgré l'importance accordée au conseil d'administration, celui-ci doit toutefois être efficace. Ainsi, la taille peut avoir des répercussions négatives, s'il y a un manque de gestion et de planification (Htay *et al.*, 2012). Par ailleurs, la présence d'administrateurs non exécutifs (Donnelly et Mulcahy, 2008; Khan, 2010), d'une expertise en RSE des administrateurs (Katmon *et al.*, 2019), d'un président du conseil d'administration non exécutif (Chau et Gray, 2010; Donnelly et Mulcahy, 2008), d'intérêts étrangers dans l'entreprise (Haniffa et Cooke, 2005; Huafang et Jianguo, 2007; Khan, 2010), d'intérêts des gouvernements (Said, Hj Zainuddin et Haron, 2009) et de femmes au conseil d'administration (Barako & Brown, 2008; Fernandez-Feijoo *et al.*, 2012; García-Sánchez *et al.*, 2019; Kathy Rao *et al.*, 2012; I. Khan *et al.*, 2019; Liao *et al.*, 2015) est positivement liée à l'étendue de la divulgation sociétale. Cependant, lorsque les administrateurs sont membres de l'entreprise (Haniffa et Cooke, 2005) ou qu'il y a une dualité du rôle du P.D-G (Huafang et Jianguo, 2007; Jizi, Salama, Dixon et Stratling, 2014), il se peut que la divulgation soit utilisée pour gérer les impressions. Néanmoins, les travaux antérieurs relèvent, de manière générale, un lien

positif entre les bonnes pratiques de gouvernance et la divulgation d'information sociétale, même s'il se peut que l'information ne soit pas représentative. Il importe donc de s'intéresser aux pratiques de gouvernance ayant une incidence sur les qualités de l'information.

Malgré les pratiques de gouvernance implantées, il se peut que des dirigeants dits nocifs ou opportunistes soient présents dans les entreprises. Ceux-ci visent à maximiser leurs bénéfices, même si les actions adoptées peuvent ne pas concorder avec les intérêts des investisseurs. Dans ce contexte, les dirigeants peuvent manipuler l'information afin d'assurer leur succès (Amernic et Craig, 2010; Chatterjee et Hambrick, 2007, 2011; Hiller et Hambrick, 2005). Ainsi, la gestion des impressions peut se présenter par l'entremise de ces dirigeants dits narcissiques. Il convient donc de s'intéresser à l'incidence du narcissisme sur les qualités de l'information à caractère sociétal.

2.5.4 Le narcissisme managérial

Le narcissisme tire son origine de la mythologie grecque, où Narcissus tomba amoureux de son reflet dans une rivière et s'y noya (Chatterjee et Hambrick, 2007; Rijsenbilt et Commandeur, 2013). Depuis, Freud (1957), de même que de nombreuses études en psychologie, ont étudié le narcissisme. L'American Psychiatric Association (American Psychiatric Association, 2013) définit le narcissisme comme : « pervasive pattern of grandiosity (in fantasy or behavior), need for admiration and lack of empathy... »¹⁰. Cette définition est également utilisée par les études organisationnelles s'intéressant aux traits narcissiques et aux comportements des dirigeants (Amernic & Craig, 2010; Buchholz *et al.*, 2019; Capalbo *et al.*, 2018; Chatterjee & Hambrick, 2007; Denis Cormier *et al.*, 2016; Craig & Amernic, 2011; Hiller & Hambrick, 2005; Johnson

¹⁰ Modèle omniprésent de la grandiosité (dans la fantaisie ou le comportement), besoin d'admiration et manque d'empathie... *Traduction libre*

et al., 2013; Marquez-Illescas *et al.*, 2018; Petrenko *et al.*, 2016; Rijsenbilt & Commandeur, 2013).

Afin de déterminer les traits narcissiques d'une personne, l'American Psychiatric Association (2013) fournit neuf critères. Une personne est dite narcissique lorsque cinq de ces critères ou plus sont observés. Dans la liste suivante, nous reprenons les critères tels que décrits par Craig et Amernic (2011, p. 567) *traduction libre*, dans leur étude des dirigeants narcissiques :

1. A un sens grandiose de son importance personnelle.
2. Se préoccupe de fantasmes de succès, de puissance, de brillance et de beauté illimitée.
3. Estime qu'il/elle est spécial(e) et unique et ne peut être compris(e) que par d'autres personnes (ou institutions) spécialisées ou de hauts rangs ou devrait s'y associer.
4. Demande une admiration excessive.
5. A le sentiment d'avoir droit à un traitement particulièrement favorable.
6. Exploite ses relations interpersonnelles.
7. Manque d'empathie et refuse de s'identifier aux sentiments et aux besoins des autres.
8. Envie les autres ou croit que d'autres sont envieux de lui.
9. Montre des comportements et des attitudes arrogantes et hautaines.

2.5.4.1 *L'hubris*

Outre les traits narcissiques des dirigeants, l'hubris est également étudiée dans les recherches organisationnelles. Selon la mythologie grecque, l'hubris se base sur la prétention que les limites humaines sont inexistantes (The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2017). Cette croyance mène la personne à développer une estime de soi exagérée, ce qui rejoint le concept de narcissisme (Chatterjee et Hambrick, 2007; Hiller et Hambrick, 2005; Petit et Bollaert, 2012; Tang, Qian, Chen et Shen, 2015). Afin

d'expliquer les similarités entre l'hubris et le narcissisme des PDG, nous présentons au Tableau 2.9 le modèle de Petit et Bollaert (2012) et les critères du narcissisme tels qu'élaborés par Craig et Amernic (2010).

Tableau 2.9
L’hubris des PDG (Petit et Bollaert, 2012) et les critères du narcissisme managérial
(Craig et Amernic, 2010)

Contexte (Petit et Bollaert, 2012)	Étendue (Petit et Bollaert, 2012)	Aspects cognitifs (Petit et Bollaert, 2012)	Aspects comportementaux (Petit et Bollaert, 2012)	Critères du narcissisme (Craig et Amernic, 2010)
Pouvoir	Relation avec soi	A un sens grandiose de soi	Style de communication grandiose	A un sens grandiose de son importance personnelle.
		Surestimation de ses capacités, ses pouvoirs et ses probabilités de succès	Projets grandioses injustifiables Mauvaises décisions	Se préoccupe de fantaisies de succès, de puissance, de brillance et de beauté illimitée.
		Se considère seul et éternellement qualifié pour diriger l’entreprise	Stratégies de retranchement	Estime qu’il/elle est spécial(e) et unique et ne peut être compris(e) que par d’autres personnes (ou institutions) spécialisées ou de hauts rangs ou devrait s’y associer.
	Relation avec les autres	Se considère supérieur à la communauté	Gestion par la peur Violence ou intimidation Refus de conseil ou de critique	Demande une admiration excessive. Exploite ses relations interpersonnelles. Manque d’empathie et refuse de s’identifier aux sentiments et aux besoins des autres. Envie les autres ou croit que d’autres sont envieux de lui.
	Relation avec le monde	Se considère supérieur à la loi ou aux dieux	Fraude Manipulation des règles et des lois Mépris envers les autorités	A le sentiment d’avoir droit à un traitement particulièrement favorable. Montre des comportements et des attitudes arrogantes et hautaines.

Adapté de Petit et Bollaert (2012, p. 270) et les critères du narcissisme tel que décrit par Craig et Amernic (2010, p. 567). *Traduction libre*

Il semble donc que les construits de narcissisme et d’hubris se rejoignent sur plusieurs points. Ainsi, dans le cadre de notre étude, nous adoptons la terminologie de narcissisme managérial et nous l’étudions comme un comportement pouvant avoir une incidence sur les qualités de l’information sociétale divulguée. Dans le cadre de la revue des travaux antérieurs, le narcissisme managérial semble avoir une incidence sur la fidélité de l’information (Rossi et Tarquinio, 2017; Kend, 2015; Cormier et Magnan, 2014; Ruhnke et Gabriel, 2013; Petit et Bollaert, 2012; Cormier, Ledoux et Magnan,

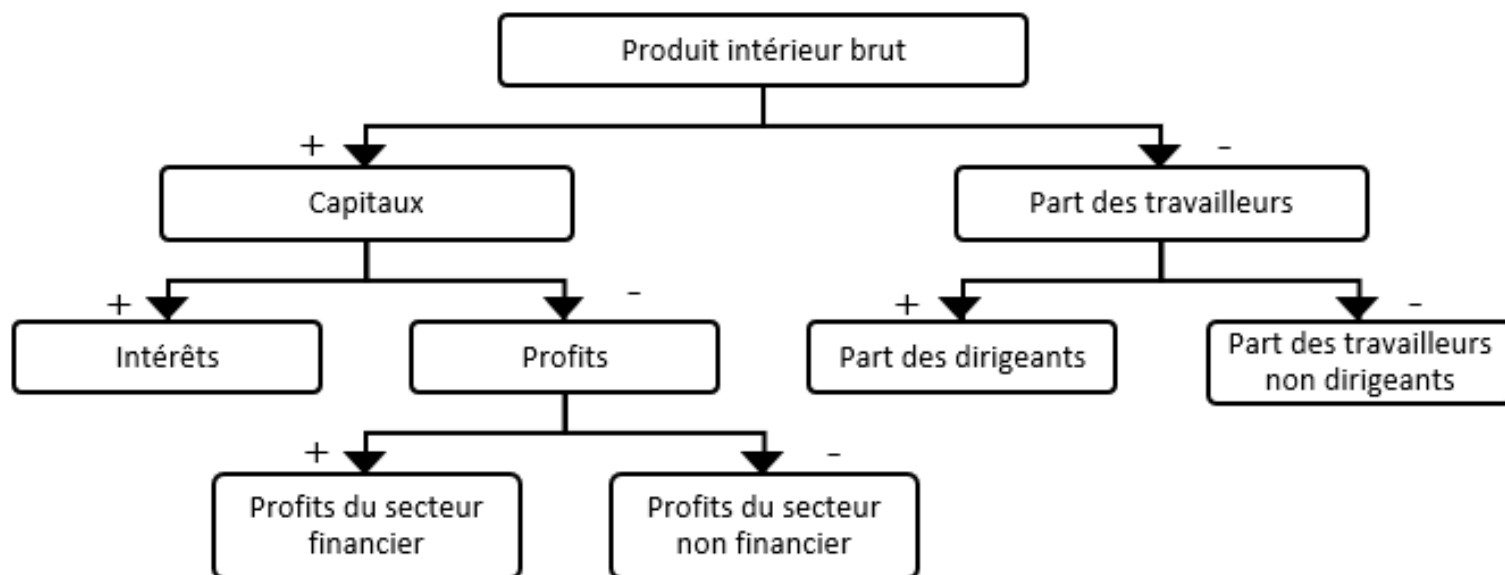
2009). Ainsi, les hypothèses formulées sont liées à la fidélité et ne portent ni sur la vérifiabilité ni sur la compréhensibilité.

Par ailleurs, depuis de nombreuses années, les entreprises souhaitent maximiser la valeur de leurs actions. Dans cette perspective, les dirigeants et les investisseurs peuvent être préoccupés par les fluctuations de la valeur des titres sur les marchés plutôt que par les opérations réelles des entreprises (Epstein, 2005; Davis, 2017). Dans cette situation, il se peut que ceux-ci adoptent une vision à court terme, où l'objectif premier est la maximisation du rendement. Cette vision court-termiste peut alors se répercuter sur les stratégies adoptées par les entreprises (Andrew et Cortese, 2013); ce phénomène se nomme la financiarisation.

2.5.5 La Financiarisation

Le phénomène de financiarisation des entreprises est noté aux États-Unis depuis les années 1980 (Davis, 2017). Il est issu du néolibéralisme, où les intérêts des investisseurs sont orientés vers le secteur financier et la maximisation de la valeur actionnariale (Epstein, 2005; Graham, Harvey et Rajgopal, 2005; Laurin-Lamothe et L'Italien, 2015; Palley, 2013). Autrement dit, il s'agit d'un changement dans la distribution des revenus, où les entreprises délaissent les investissements dans des biens réels pour se tourner vers les marchés financiers (Orhangazi, 2008; Palley, 2013). Afin d'illustrer ce phénomène, le modèle de la financiarisation de Palley (2013) est présenté à la Figure 2.9. Il permet de comprendre les changements dans la distribution des revenus, où la financiarisation mène à un affaiblissement de la part des travailleurs et à un accroissement de celle des capitaux issus du secteur financier (Palley, 2013).

Figure 2.9
Financiarisation et distribution des revenus



Palley (2013, p. 5) Traduction libre.

2.5.5.1 Les tendances vers la Financiarisation

En sciences comptables, l'arrivée des IFRS, où la comptabilisation à la juste valeur est encouragée, peut être considérée comme de la financiarisation, puisque la survie des entreprises n'est plus assurée par les revenus opérationnels, mais plutôt par la valeur des capitaux (Müller, 2014; Newberry et Robb, 2008). Un phénomène similaire est aussi observé dans le secteur financier, où les institutions financières sont orientées vers la rentabilité et la solvabilité des entreprises, plutôt que vers la croissance des opérations (Baud et Chiapello, 2015). Au Canada, Bourque (2014, p. 37) note également cette tendance : « le point de vue qui domine aujourd'hui l'entreprise privilégie la rentabilité de l'investissement plutôt que la croissance ». Ainsi, le phénomène de financiarisation engendre des conséquences sur les activités des entreprises et des questionnements existent au sujet de ces répercussions (Beverungen, Dunne et Hoedemaekers, 2013).

2.5.5.2 Les conséquences de la Financiarisation

Comme nous l'avons expliqué, la quête de maximisation de la valeur actionnariale peut mener à l'adoption d'une vision court-termiste (Bushee, 2001; Davis, 2017; Drew, 2009; Graves et Waddock, 1990; Orhangazi, 2008; Palley, 2013). En effet, selon Graham *et al.* (2005), 78 % des entreprises sont prêtes à abandonner la création de valeur à long terme afin de privilégier les bénéfices à court terme. Dans cette perspective, pour accroître la valeur actionnariale à court terme, les entreprises peuvent adopter des comportements qui s'opposent à la RSE (Cox, Brammer et Millington, 2004; Peetz et Murray, 2013), tels que des mises à pied, des suppressions dans les bénéfices des employés, des fraudes, des manipulations du profit et des opérations financières (Epstein, 2005). De même, la vision court-termiste semble avoir des incidences négatives sur les investissements, tels que la recherche et le développement (Graves et Waddock, 1990; Orhangazi, 2008).

Nous abordons la relation entre ces déterminants et la neutralité, l'exhaustivité et la compréhensibilité de l'information à caractère sociétal. Ces qualités font l'objet des sections 2.6.1, 2.6.2 et 2.8. Dans la revue des travaux antérieurs, peu d'études se sont intéressées à l'incidence de la financiarisation sur les qualités. Néanmoins, il semble que la financiarisation puisse avoir une incidence sur la fidélité (Amidu, Kwakye, Harvey et Yorke, 2016; Ciprian Dimitru, 2012; Preuss, 2012, 2010; Lanis et Richardson, 2012) et la compréhensibilité (Beuselinck *et al.*, 2018; Abu Bakar et Ameer, 2011). Ainsi, les hypothèses proposées sont liées à ces qualités.

2.6 LA FIDÉLITÉ

La première qualité analysée est la fidélité de l'information, qui est considérée comme essentielle et complémentaire à la pertinence (International Accounting Standards Board, 2010). Pour être utile, l'information doit non seulement influencer la prise de décision, mais elle doit aussi être jugée digne de confiance par les utilisateurs (International Accounting Standards Board, 2010; Scott, 2015). La fidélité se définit par de l'information neutre, complète et exempte d'erreurs (International Accounting Standards Board, 2010).

2.6.1 La neutralité

La neutralité est la première composante du concept de fidélité. Les informations neutres sont dites libres de parti pris (International Accounting Standards Board, 2010) et présentent des éléments positifs et négatifs (Global Reporting Initiative, 2015). Cependant, la nature volontaire des divulgations sociétales peut encourager la divulgation d'information positive afin de présenter une image favorable (Bondi & Yu, 2019; Caron & Turcotte, 2009; Cowan & Gadenne, 2005; Dobbs & van Staden, 2016; Talbot & Boiral, 2018) et cacher les éléments négatifs (Cho, Michelon *et al.*, 2012; de Villiers et van Staden, 2006; Demir et Min, 2019; Du et Vieira, 2012). Pour ce faire, les entreprises tendent à adopter un style d'écriture subjectif rehaussant

les aspects positifs et minimisant les aspects négatifs (Deegan, Rankin et Tobin, 2002; Sandberg et Holmlund, 2015; Talbot et Boiral, 2015, 2018), ce qui amplifie l'asymétrie d'information (Cui, Jo et Na, 2018). Afin d'examiner la neutralité de l'information à caractère sociétal, nous nous intéressons aux déterminants ayant une incidence sur la qualité des divulgations. Le Tableau 2.10 présente une synthèse des travaux antérieurs liés à la neutralité de l'information et les déterminants des qualités abordés dans les prochaines sections.

Tableau 2.10
La neutralité de l'information à caractère sociétal

Déterminant	Résultats des travaux antérieurs	Stratégies de gestion des impressions (Merkl –Davies <i>et al.</i> , 2011)	Lien avec la qualité	Références
Image organisationnelle	Utilisation d'un langage persuasif	Manipulations de la rhétorique	Négatif	(Hahn & Lülfs, 2014; Hossain <i>et al.</i> , 2019; Kim, 2019; Riley & Yen, 2019)
	Exagérer et renforcer les éléments positifs; Déni et minimisation des éléments négatifs	Manipulations de la thématique	Négatif	(Talbot et Boiral, 2018, 2015; Boiral, 2016; Dobbs et van Staden, 2016; Cho <i>et al.</i> , 2015; Sandberg et Holmlund, 2015; Deegan et Rankin, 1996)
	Présentation d'images et de messages positifs; Distorsions favorables des graphiques	Manipulations visuelles et structurelles	Négatif	(Chong, Narayan <i>et ali</i> , 2019; Cho, Michelon <i>et al.</i> , 2012)
	Réclamer être le moindre mal dans l'industrie	Comparaisons de performances	Négatif	(Boiral, 2016; Talbot et Boiral, 2015; Hahn et Lülfs, 2014;)
	Réclamer que les attentes sont irréalistes	Attributions de la performance	Négatif	(Hahn et Lülfs, 2014; O'Donovan, 2002)
	Divulgaration des mesures correctives	Non applicable	Positif	(Hahn et Lülfs, 2014; Du et Vieira, 2012)
Pratiques de gouvernance	Le ton positif est indicateur de la performance lorsque l'entreprise dispose d'un comité de gouvernance lié à la RSE	Non applicable	Positif	(Arena <i>et al.</i> , 2015)
Narcissisme managérial	La divulgation est utilisée pour se légitimer plutôt que pour présenter la réalité	Manipulations de la thématique	Négatif	(Riley et Yen, 2019; Baik, Brock, Farber et Lee, 2018; Armenic et Craig, 2010)

Financiarisation	Les entreprises qui font de l'évasion fiscale tendent à se décrire de manière responsable	Manipulations de la thématique	Négatif	(Ciprian Dimitru, 2012; Preuss, 2010)
------------------	---	--------------------------------	---------	---------------------------------------

Gosselin (2021)

2.6.1.1 La neutralité et l'image organisationnelle

La neutralité suppose que les entreprises présentent de l'information libre de parti pris (International Accounting Standards Board, 2010). Cependant, celles-ci peuvent être tentées de divulguer de l'information positive afin d'améliorer leur image (O'Donovan, 2002) ou pour contrer l'attention médiatique négative (Deegan *et al.*, 2002) et changer la perception des parties prenantes (Borgstedt *et al.*, 2019; Deegan *et al.*, 2002; Rupley *et al.*, 2012). Il convient alors de s'intéresser aux manipulations faites par les entreprises afin de gérer les impressions.

La divulgation sociétale face à des événements négatifs.

Lorsque les entreprises sont aux prises avec des événements négatifs, elles peuvent divulguer les mesures correctives implantées pour remédier à la situation (Du & Vieira, 2012; Einwiller & Carroll, 2020; Hahn & Lülfs, 2014). La présentation de ces efforts permet de rehausser la crédibilité, puisque les entreprises admettent leurs fautes et présentent les corrections apportées (Du & Vieira, 2012; Hahn & Lülfs, 2014; Jahn & Brühl, 2019; Tata & Prasad, 2015). De même, les entreprises peuvent divulguer des faits et faire référence aux autorités pour démontrer leur conformité aux règlements (Du et Vieira, 2012; Hahn et Lülfs, 2014) ou aux valeurs des parties prenantes (O'Donovan, 2002). En revanche, les entreprises peuvent être réticentes à présenter de l'information sociétale négative en raison de son incidence sur leur image (Deegan et Rankin, 1996; Hahn et Lülfs, 2014). Cette tendance peut mener à l'adoption de stratégies de divulgation pour gérer les impressions (Aerts et Cormier, 2009; Talbot et Boiral, 2018). Dans cette situation, les entreprises peuvent opter pour le renforcement

des éléments positifs et l'obfuscation¹¹ des éléments négatifs (Cui *et al.*, 2018; Talbot et Boiral, 2018). En effet, certaines entreprises tendent à exagérer et à renforcer les événements positifs afin de présenter une image favorable à l'aide de leurs divulgations (Dobbs & van Staden, 2016; Einwiller & Carroll, 2020; Sandberg & Holmlund, 2015; Talbot & Boiral, 2015, 2018). D'autres optent pour la présentation d'images et de messages de nature positive, tels que des employés souriants ou des animaux et des plantes en santé (Chong, Narayan *et al.*, 2019). Cependant, ces images ne sont pas toujours représentatives des comportements réels (Dobbs et van Staden, 2016; Sandberg et Holmlund, 2015). Ainsi, les entreprises ayant recours à cette stratégie peuvent se créer une façade afin d'autoproclamer leur excellence (Cho *et al.*, 2015; Sandberg et Holmlund, 2015; Talbot et Boiral, 2015).

De manière empirique, Cho, Michelin *et al.* (2012) ont étudié les graphiques présentés dans les rapports sociétaux de 120 entreprises en Europe et aux États-Unis. Ils démontrent, par l'analyse des distorsions, que ces graphiques tendent à présenter une performance positive pour attirer l'attention des utilisateurs et à cacher les tendances négatives (Cho, Michelin *et al.*, 2012). Cette forme de gestion des impressions peut également se présenter par la dramatisation de l'engagement envers la RSE (Boiral, 2016; Hossain *et al.*, 2019; Talbot & Boiral, 2015).

Pour sa part, l'obfuscation peut se manifester par la création d'une façade organisationnelle hypocrite (Cho, Michelin *et al.*, 2015), où les entreprises adoptent des stratégies langagières pour maintenir leur image (Hahn et Lülfs, 2014; O'Donovan, 2002; Riley et Yen, 2019; Talbot et Boiral, 2015). Par exemple, une étude menée auprès dix entreprises canadiennes à fortes émissions de gaz à effet de serre démontre que 40 % d'entre elles adoptent des stratégies de déni et de minimisation pour présenter leurs émissions polluantes (Talbot et Boiral, 2015). Par ailleurs, Deegan et Rankin

¹¹ L'obfuscation est définie par Merkl-Davies et Brennan (2007) comme des manipulations délibérées afin de rendre l'information incompréhensible.

(1996) notent que les entreprises accusées d'infractions environnementales divulguent plus d'informations positives que celles n'ayant pas été accusées. L'adoption de ces stratégies semble indiquer que certaines informations divulguées sont manipulées afin de gérer les impressions (Sandberg et Holmlund, 2015; Talbot et Boiral, 2015). En outre, la gestion des impressions peut aussi se manifester en prétendant que les attentes sociales sont irréalistes (Hahn et Lülfs, 2014; O'Donovan, 2002). Dans cette situation, les entreprises tentent de généraliser les événements négatifs à toute l'industrie pour justifier leurs comportements ou peuvent réclamer être le moindre mal dans leur industrie (Boiral, 2016; Hahn et Lülfs, 2014; Talbot et Boiral, 2015).

En somme, les entreprises peuvent tenter d'améliorer leur image par la divulgation d'information positive, la justification et l'obfuscation de l'information négative (Blanc *et al.*, 2019; Li & Haque, 2019; Norberg, 2020; Riley & Yen, 2019; Tata & Prasad, 2015). De même, lorsque les entreprises adoptent un ton autopromotionnel, les parties prenantes tendent à remettre en question la crédibilité de l'information (Kim, 2019). Ce manque de neutralité semble démontrer la présence de gestion des impressions dans le contexte de la divulgation d'information à caractère sociétal. Ainsi, nous posons l'hypothèse que les entreprises qui tentent d'améliorer leur image à l'aide de la divulgation sociétale auront tendance à présenter des informations positives qui manquent de neutralité.

H_{1a} : La neutralité de l'information divulguée est négativement liée à l'image organisationnelle des sociétés.

2.6.1.2 La neutralité et la gouvernance

Peu d'études se sont intéressées à la relation entre la neutralité de l'information à caractère sociétal et les pratiques de gouvernance. Une étude de Arena *et al.* (2015) examine le lien entre l'orientation du conseil d'administration vers les parties prenantes et le ton des divulgations sociétales dans un contexte américain. Leurs résultats démontrent que le ton positif des divulgations est un indicateur de la performance

future, lorsque les entreprises disposent de comités liés à la RSE (Arena *et al.*, 2015). Ainsi, dans cette situation, le ton des divulgations ne semble pas être associé à la gestion des impressions, mais plutôt à une valeur incrémentale (Arena *et al.*, 2015). Dans cette perspective, même si peu d'études portent sur la neutralité de l'information à caractère sociétal et les pratiques de gouvernance, il semble que la gouvernance soit associée à des divulgations neutres.

H_{1b} : La neutralité de l'information divulguée est positivement liée aux pratiques de gouvernance reconnues des sociétés.

2.6.1.3 La neutralité et le narcissisme managérial

L'incidence du narcissisme managérial sur la Neutralité

Dans un contexte de hasard moral, la haute direction narcissique peut adopter des comportements sans que les investisseurs puissent les observer parfaitement. Les travaux antérieurs s'y intéressant sont principalement orientés vers les traits narcissiques des dirigeants qui se répercutent sur les activités des entreprises et sur la prise de décisions comportant des risques (Johnson *et al.*, 2013; Tang *et al.*, 2015). Par exemple, selon Chatterjee et Hambrick (2011), les PDG narcissiques sont motivés par les éloges sociaux, ce qui nuit à leur évaluation des risques lors de prises de décisions. Ces dirigeants sont d'ailleurs plus enclins à adopter des comportements non éthiques, tels que la fraude financière (Chen, 2010; Everaert *et al.*, 2019; Johnson *et al.*, 2013; Rijsenbilt & Commandeur, 2013). De même, les auditeurs considèrent que les risques de fraudes sont plus élevés lorsque des comportements narcissiques sont observés chez les dirigeants (Johnson *et al.*, 2013). Il devient alors plus difficile pour les investisseurs d'avoir confiance que l'information présentée est véridique (Riley et Yen, 2019).

Par ailleurs, les dirigeants narcissiques préoccupés par le sens de grandiosité tendent à décrire leur performance financière de manière positive et à exagérer les forces de l'entreprise (Chatterjee et Hambrick, 2007; Marquez-Illescas *et al.*, 2018;

Rijsenbilt et Commandeur, 2013). De même, selon Capalbo *et al.* (2018) et Cormier, Lapointe-Antunes et Magnan (2016), le narcissisme managérial est positivement lié à la gestion des bénéfices et à l'asymétrie d'information. Ainsi, ce comportement opportuniste semble avoir une incidence sur les activités et l'information divulguée par les entreprises (Capalbo *et al.*, 2018; Chatterjee et Hambrick, 2007; Cormier *et al.*, 2016; Wales *et al.*, 2013).

Malgré l'intérêt pour le narcissisme managérial, peu d'études se sont intéressées à son incidence sur la neutralité de l'information à caractère sociétal. Néanmoins, les gestionnaires narcissiques semblent faire usage de la divulgation pour se légitimer plutôt que pour présenter la réalité (Amernic et Craig, 2010; Craig et Amernic, 2011). De plus, le langage utilisé par ceux-ci est généralement de nature positive pour combler leur quête de reconnaissance et leurs fantaisies de succès (Amernic et Craig, 2010; Baik, Brockman, Farber et Lee, 2018; Riley et Yen, 2019). Par ailleurs, une récente étude de Sauerwald et Su (2019) démontre que les PDG qui ont un excès d'estime d'eux-mêmes tendent à divulguer de l'information sociétale plus favorable. Ainsi, dans le contexte de la divulgation volontaire d'information à caractère sociétal, une relation similaire peut être attendue.

H_{1c} : La neutralité de l'information divulguée est négativement liée à l'occurrence de hauts dirigeants narcissiques.

2.6.1.4 La neutralité et la financiarisation

Certains comportements, comme la gestion des bénéfices comptables (Berthelot *et al.*, 2003b; Oriij, Braam et Hussain, 2018; Prior, Surroca et Tribó, 2008) et l'adoption des stratégies fiscales agressives (Christensen et Murphy, 2004; Lanis et Richardson, 2012 b, 2015; Oshika, Sika et Jimishi, 2018; Watson, 2015; Zeng, 2016), ont également des incidences négatives sur l'engagement en RSE, puisqu'ils sont orientés vers la maximisation de la valeur à court terme. Ainsi, la vision court-termiste semble avoir une incidence négative sur les comportements socialement

responsables. Dans une perspective de gestion des impressions, les entreprises peuvent utiliser la divulgation pour contrer les conséquences de leurs comportements court-termistes (Andrew et Cortese, 2013; Lanis et Richardson, 2012a; Mohammed, Teddy, Simon et Sally, 2016; Prior *et al.*, 2008, 2008). Par exemple, les entreprises adoptant des pratiques fiscales agressives (De la Cuesta-González & Pardo, 2019) peuvent quand même se décrire comme des entreprises socialement responsables dans leurs divulgations, ce qui nuit à la neutralité (Ciprian Dumitru, 2012; Preuss, 2010). Cette stratégie semble indiquer que les entreprises qui adoptent des comportements court-termistes divulguent de l'information positive afin de maintenir leur légitimité. Ainsi, même si peu d'études se sont intéressées à l'incidence des comportements court-termistes sur les qualités de l'information sociétale, nous posons l'hypothèse suivante :

H_{1d} : La neutralité de l'information divulguée est négativement liée à l'occurrence d'agissements court-termistes des sociétés.

2.6.2 L'exhaustivité

La seconde composante de la fidélité est l'exhaustivité de l'information. Les informations complètes, dites exhaustives, fournissent aux utilisateurs une image comprenant toute l'information nécessaire à la compréhension d'un élément donné (International Accounting Standards Board, 2010). Les travaux antérieurs, qui se sont intéressés à l'exhaustivité de l'information à caractère sociétal, soulignent que l'information divulguée est incomplète et ne permet pas aux utilisateurs de se créer une image complète des entreprises (Boiral et Henri, 2017; Devin, 2016; Ferguson *et al.*, 2016; Hubbard, 2011; Hummel et Schlick, 2016; Ilinitch *et al.*, 1998; Journault et Levant, 2017; Lim *et al.*, 2017; Melloni *et al.*, 2017). De même, selon l'analyse de rapports GRI, Boiral (2013) mentionne que seulement 10 % des événements négatifs significatifs sont explicitement reportés. Ainsi, ces entreprises qui choisissent d'omettre des informations sociétales présentent une image partielle et incomplète (Cho, 2009; Devin, 2016; Journault et Levant, 2017). Il convient donc de s'intéresser aux déterminants de l'exhaustivité dans un contexte de divulgation sociétale. Le

Tableau 2.11 présente une synthèse des travaux antérieurs liés à l'exhaustivité de l'information à caractère sociétal et les déterminants des qualités abordés dans les prochaines sections.

Tableau 2.11
L'exhaustivité de l'information à caractère sociétal

Déterminant	Résultats des travaux antérieurs	Stratégies de gestion des impressions (Merkl –Davies <i>et al.</i> , 2011)	Lien avec la qualité	Références
Image organisationnelle	Imitation des pairs, informations fragmentées et idéalisées	Manipulations de la rhétorique	Négatif	(Talbot et Boiral, 2018; Diouf et Boiral, 2017; Ferguson <i>et al.</i> , 2016; Boiral, 2013)
	Diminution de l'information divulguée	Manipulations de la thématique	Négatif	(Boiral, 2013; Cho, 2009; De Villiers et van Staden, 2006)
	Omission de l'information négative	Sélectivité des données présentées	Négatif	(Cui <i>et al.</i> , 2018; Journault et Levant, 2017; Talbot et Boiral, 2015; O'Donovan, 2002)
Pratiques de gouvernance	Les pratiques de gouvernance sont positivement associées à la transparence de l'information	n.a.	Positif	(Chan, Watson et Woodliff, 2014; Chau et Gray, 2010; Said, Hj Zainuddin et Haron, 2009; Donnelly et Mulcahy, 2008; Kolk, 2008; Beltratti <i>et al.</i> , 2005)
	L'information est plus exhaustive lorsque l'entreprise dispose d'un comité de gouvernance lié à la RSE et que les membres du conseil d'administration sont indépendants et diversifiés	n.a.	Positif	(Jizi <i>et al.</i> , 2014; Rupley <i>et al.</i> , 2012; Kent et Milgrom, 2008)
Narcissisme managérial	Les dirigeants narcissiques peuvent opter pour ne pas partager l'information défavorable aux parties prenantes	Manipulations de la rhétorique	Négatif	(Petit et Bollaert, 2012)
Financiarisation	Les entreprises qui investissent dans des paradis fiscaux divulguent moins d'information sociétale	Manipulations de la rhétorique	Négatif	(Preuss, 2012)
	Les entreprises tendent à dissimuler les comportements jugés comme inacceptables par les parties prenantes	Manipulations de la thématique	Négatif	(Amidu, Kwakye, Harvey et Yorke, 2016; Lanis et Richardson, 2012)

Gosselin (2021)

2.6.2.1 L'exhaustivité et l'image organisationnelle

L'information dite exhaustive permet aux utilisateurs d'acquérir une image complète des entreprises. Néanmoins, dans un contexte où la divulgation est volontaire, les entreprises peuvent présenter une image incomplète ou partielle de leurs activités (Journault et Levant, 2017; O'Donovan, 2002) à l'aide de la divulgation d'informations positives ou en omettant les informations négatives (Cui *et al.*, 2018; O'Donovan, 2002; Talbot et Boiral, 2015). Tout d'abord, les entreprises qui doivent composer avec des événements négatifs peuvent tenter de défendre leur image par la divulgation sociétale pour éviter l'attention médiatique négative (Luo, 2017; Tilling et Tilt, 2010). Au contraire, d'autres choisissent de présenter moins de divulgations (Boiral, 2013; Cho, 2009; de Villiers et van Staden, 2006).

Par ailleurs, les entreprises évoluant dans des industries sensibles tendent à présenter plus de divulgations sociétales en raison de leur visibilité accrue (Bachoo *et al.*, 2013; Ferguson *et al.*, 2016; Patten, 2002). Néanmoins, celles-ci peuvent imiter le langage utilisé par leurs pairs, ce qui peut mener à de l'information fragmentée et idéalisée de la réalité (Ferguson *et al.*, 2016). Il semble donc que les entreprises puissent être tentées de gérer les impressions par la présentation d'information incomplète, qui manque d'explication ou qui est non-conforme aux référentiels utilisés (Boiral, 2013; Diouf et Boiral, 2017; Talbot et Boiral, 2018). Ainsi, nous posons l'hypothèse que les entreprises qui souhaitent améliorer leur image à l'aide de la divulgation d'information à caractère sociétal auront tendance à présenter de l'information incomplète, qui manque d'exhaustivité.

H_{2a} : L'exhaustivité de l'information divulguée est négativement liée à l'image organisationnelle des sociétés.

2.6.2.2 *L'exhaustivité et la gouvernance*

Dans une logique où la gouvernance peut permettre de veiller à la transparence de l'information (Organisation for Economic Co-Operation and Development, 1999), l'implantation de pratiques de gouvernance devrait mener les entreprises vers la divulgation d'information complète pour les utilisateurs. D'ailleurs, parmi les travaux antérieurs s'intéressant à la relation entre la gouvernance et la divulgation d'information à caractère sociétal, ceux-ci relèvent une relation positive entre les pratiques de gouvernance et la transparence de l'information (Beltratti, 2005; Chan, Watson et Woodliff, 2014; Kolk, 2008). Cependant, ces entreprises peuvent présenter des informations générales plutôt que des informations spécifiques sur leurs activités en responsabilité sociétale (Kolk, 2008).

Par ailleurs, les travaux antérieurs qui se sont intéressés aux attributs du conseil d'administration et au reporting sociétal notent que les conseils d'administration indépendants (Jizi *et al.*, 2014; Rupley *et al.*, 2012), diversifiés (Rupley *et al.*, 2012) et qui disposent d'un comité sur la RSE présentent de l'information sociétale plus exhaustive que les entreprises exemptes de ces comités (Kent et Monem, 2008; Rupley *et al.*, 2012). Ainsi, malgré le peu d'études portant sur l'exhaustivité de l'information à caractère sociétal et la gouvernance, il semble que la gouvernance soit associée à l'exhaustivité de l'information.

H_{2b} : L'exhaustivité de l'information divulguée est positivement liée aux pratiques de gouvernance reconnues des sociétés.

2.6.2.3 *L'exhaustivité et le narcissisme managérial*

Comme pour la neutralité de l'information divulguée, peu d'études sont recensées sur l'occurrence de hauts dirigeants narcissiques et l'exhaustivité de l'information divulguée. Néanmoins, selon Petit et Bollaert (2012), les PDG peuvent adopter des comportements de grandiosité dans leurs communications et manipuler les

informations afin de démontrer leur supériorité aux autres. De plus, la relation entretenue avec les parties prenantes peut faire l'objet d'une stratégie de retranchement, où le PDG ne partage pas l'information aux parties prenantes par souci pour son image (Petit et Bollaert, 2012). Dans cette logique, nous posons l'hypothèse que les hauts dirigeants narcissiques divulguent de l'information qui manque d'exhaustivité, puisqu'ils souhaitent gérer les impressions.

H_{2c} : L'exhaustivité de l'information divulguée est négativement liée à l'occurrence de hauts dirigeants narcissiques.

2.6.2.4 *L'exhaustivité et la financiarisation*

Comme nous l'avons expliqué lors de notre discussion sur la neutralité, il se peut que la divulgation soit utilisée pour les gérer les impressions. Certaines études se sont intéressées à la vision court-termiste et à son incidence sur l'exhaustivité de la divulgation sociétale. Par exemple, les entreprises œuvrant dans des paradis fiscaux tendent à moins investir dans la divulgation et l'assurance de l'information sociétale (Preuss, 2012). Ceci permet aux entreprises de ne pas s'engager dans un dialogue avec les parties prenantes pouvant juger ce comportement comme étant inacceptable. D'autres optent plutôt pour le découplage, où les divulgations visent à dissimuler les comportements et les manipulations faites (Lanis et Richardson, 2012 a; Mohammed *et al.*, 2016). Ainsi, il semble que les entreprises faisant usage de stratégies court-termistes divulguent de l'information manquant d'exhaustivité. Nous posons donc l'hypothèse que l'occurrence de comportements court-termistes nuit à l'exhaustivité de l'information sociétale.

H_{2d} : L'exhaustivité de l'information divulguée est négativement liée à l'occurrence d'agissements court-termistes des sociétés.

2.6.3 L'exactitude

La troisième composante de la fidélité est l'exactitude. Selon l'International Accounting Standards Board (2010), les informations exemptes d'erreurs, dites exactes, permettent aux utilisateurs de prendre des décisions à l'aide d'estimations fidèles. L'exactitude peut aussi être étudiée sous l'aspect de la conformité aux normes établies (International Accounting Standards Board, 2010). Par exemple, Talbot et Boiral (2018) soulèvent que 98 des 105 rapports GRI observés divulguent de l'information non conforme aux référentiels. Néanmoins, dans le cadre de notre étude, la divulgation d'information à caractère sociétal est volontaire, ce qui rend l'exactitude difficile à évaluer. De plus, peu d'études s'intéressent à l'exactitude de l'information à caractère sociétal puisque l'information peut difficilement être corroborée. Ainsi, il n'est pas possible d'évaluer l'exactitude dans le cadre de notre étude.

2.7 LA VÉRIFIABILITÉ

L'information dite vérifiable fournit une image fidèle d'une entreprise (International Accounting Standards Board, 2010). La vérifiabilité s'intéresse à la nature mesurable de l'information, où différents observateurs arriveraient à la même conclusion (International Accounting Standards Board, 2010). Pour évaluer la vérifiabilité, les travaux antérieurs soulèvent la crédibilité comme étant l'une des caractéristiques importantes (Adams et Evans, 2004; Hodge *et al.*, 2009; Sethi *et al.*, 2017; Sheldon, 2016). Dans cette perspective, l'audit fourni par les parties externes à l'entreprise peut permettre d'évaluer la crédibilité et la vérifiabilité de manière non intrusive.

À l'échelle mondiale, deux référentiels d'assurance de l'information sociétale sont reconnus, soit la norme AA1000AS par AccountAbility et le guide de l'International Standard on Assurance Engagements - ISAE 3000 Missions d'attestation autres que les audits ou examens d'informations financières historiques

(Mock, Strohm et Swartz, 2007). Dans les prochaines sections, nous décrivons ces référentiels d'assurance, puis nous abordons les déterminants de la vérifiabilité par l'entremise de l'audit.

2.7.1 L'AA1000AS

La norme d'assurance d'AccountAbility 1000 (AA1000AS) a fait ses débuts en 2003 (AccountAbility, 2008b). À ce jour, la plus récente version l'AA1000AS date de 2008. Il s'agit d'un référentiel volontaire qui évalue et fournit une assurance quant à la nature et à l'étendue de la conformité aux principes AA1000 (AccountAbility, 2008a, 2008b, 2018). Ces principes sont l'inclusivité, la matérialité, la réactivité et l'impact; ils visent à évaluer les qualités de l'information divulguée sur la performance en RSE (AccountAbility, 2018, p. 100).

Tableau 2.12
Les principes de l'AA1000

Principes	Description	Références
Inclusivité	Responsabilité et engagement envers les parties prenantes	AccountAbility (2018)
Matérialité	Aborder les éléments significatifs	
Réactivité	Répondre aux demandes des parties prenantes	
Impact	Surveiller et mesurer l'impact des actions sur les écosystèmes de manière globale	

Adapté de AccountAbility (2018)

L'assurance selon l'AA1000AS peut faire l'objet de deux types de missions. La mission de type 1 est axée sur la conformité aux principes de l'AA1000, mais n'évalue pas la fidélité de l'information (AccountAbility, 2008b). Le deuxième type de mission fait une évaluation de la fidélité de l'information liée à la performance et assure la conformité aux principes de l'AA1000 (AccountAbility, 2008b).

L'assurance fournie dans un rapport AA1000AS est à deux niveaux : un niveau élevé et un niveau modéré (AccountAbility, 2008b). Le niveau d'assurance élevé est

associé aux missions de type 2, où une conclusion sur la fidélité de l'information est exprimée (AccountAbility, 2008b). Pour sa part, un niveau d'assurance modéré fournit une conclusion sur les procédures effectuées lors d'une mission de type 1 (AccountAbility, 2008b). L'objectif de l'AA1000AS est d'être orienté vers les besoins des parties prenantes (AccountAbility, 2008b; Adams et Evans, 2004). Cependant, malgré le niveau d'assurance élevé que fournit cette norme, l'implication des parties prenantes est jugée minime (O'Dwyer et Owen, 2005).

2.7.2 L'ISAE 3000

Pour sa part, la norme ISAE 3000 est obligatoire depuis 2005 pour les auditeurs comptables lors de missions autres que l'audit ou l'examen d'informations financières historiques (International Federation of Accountants, 2011). L'approche de l'ISAE 3000 s'arrime aux normes pour les audits financiers et peut être appliquée à de nombreuses situations, telles que la performance non financière, les caractéristiques physiques des entreprises, les systèmes, la conformité et les comportements (Bebbington *et al.*, 2014; International Federation of Accountants, 2011). Comme l'AA1000AS, l'ISAE 3000 propose deux niveaux d'assurance : raisonnable et modéré. Le niveau d'assurance raisonnable permet de réduire le risque d'audit à un faible niveau, tandis que le niveau modéré présente un risque modéré (International Federation of Accountants, 2011). Le niveau d'assurance accordé dépend notamment de l'étendue des procédures effectuées (International Federation of Accountants, 2011) et suscite certaines critiques. Tout d'abord, la distinction et la détermination des niveaux peuvent poser problème, en raison de la nature imprécise des mesures (Manetti et Becatti, 2009; Simnett, 2012). De plus, le rôle et les responsabilités des membres internes aux entreprises sont peu abordés, ce qui minimise la responsabilité des dirigeants (Manetti et Becatti, 2009; Simnett, 2012).

En somme, l'AA1000AS et l'ISAE 3000 sont considérées comme étant complémentaires et certaines similitudes sont identifiées entre les deux normes

(AccountAbility et KPMG, 2005). Une comparaison entre celles-ci est présentée au Tableau 2.13 à l'aide d'un sommaire par AccountAbility et KPMG (2005). Néanmoins, certains considèrent que l'application de ces normes est plutôt un exercice théorique de légitimation (Boiral, Heras-Saizarbitoria et Brotherton, 2019).

Tableau 2.13
La comparaison entre l'AA1000AS et l'ISAE 3000 selon KPMG et AccountAbility (2005)

	AA1000AS	ISAE 3000
Utilisateurs	Toutes les parties prenantes	Groupes spécifiques
Étendue	Générale	Précise et prédéterminée
Rapport d'assurance	Description de la qualité et des activités	Conclusion sur les procédures effectuées

Adapté de AccountAbility et KPMG (2005, p. 18) (*traduction libre*)

2.7.3 L'audit de l'information à caractère sociétal pour évaluer la vérifiabilité

Dans une logique de quête de légitimité, les entreprises obtiennent un audit de leurs divulgations sociétales dans le but d'accroître leur crédibilité (Ball *et al.*, 2000; Gillet, 2012; Hodge *et al.*, 2009; Hummel *et al.*, 2019; Lajmi & Paché, 2020; Moroney *et al.*, 2012; Sethi *et al.*, 2017; Xiao & Shailer, 2017). Les auditeurs du reporting sociétal sont généralement des auditeurs comptables, tels que les grands cabinets comptables ou des consultants d'autres disciplines (Boiral & Heras-Saizarbitoria, 2020; Fernandez-Feijoo *et al.*, 2015; Hodge *et al.*, 2009; Moroney *et al.*, 2012; O'Dwyer & Owen, 2005; P Perego, 2009). Néanmoins, le marché de l'assurance du reporting sociétal semble être dominé par les grands cabinets comptables, tels que PriceWaterhouseCooper, Deloitte, KPMG et Ernst&Young (Big 4) (Boiral & Heras-Saizarbitoria, 2020; Clarkson *et al.*, 2019; Sierra-García *et al.*, 2015; Zorio *et al.*, 2013). Les grandes entreprises tendent à obtenir de l'assurance par l'un de ces cabinets en raison de leur visibilité médiatique (De Beelde et Tuybens, 2015; Fernandez-Feijoo *et al.*, 2015; Kend, 2015). Cependant, peu d'études soutiennent que les auditeurs comptables et les Big 4 accordent davantage de crédibilité au reporting sociétal que les auditeurs non comptables (Clarkson *et al.*, 2019; Gürtürk & Hahn, 2016; Hodge *et al.*,

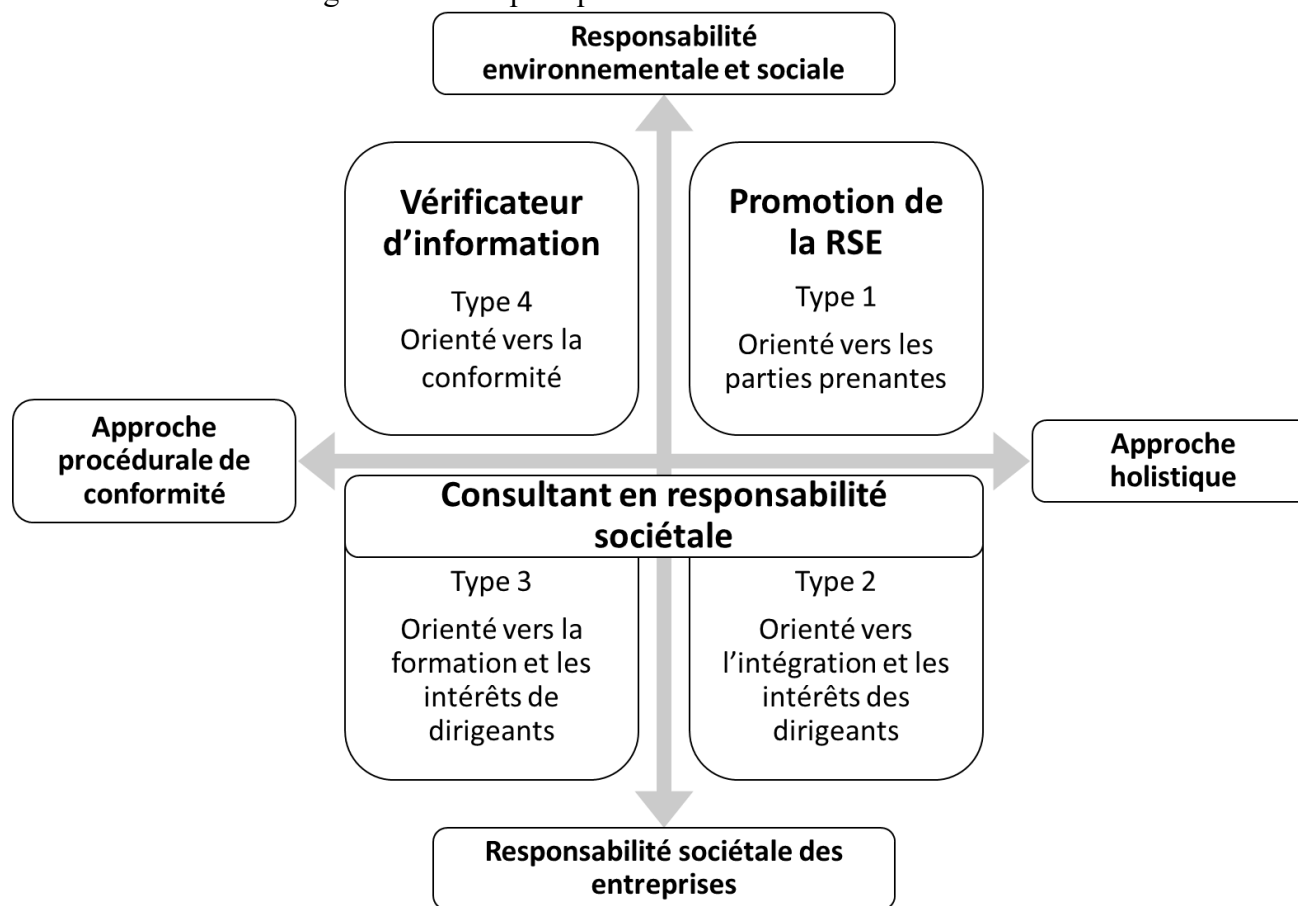
2009; Moroney *et al.*, 2012; O'Dwyer & Owen, 2005). La crédibilité de l'assurance du reporting sociétal est liée à l'indépendance (Green et Taylor, 2013; Wong et Millington, 2014), à l'expertise (Ball *et al.*, 2000; Gray, 2000; Nitkins et Brooks, 1998; Wong et Millington, 2014; Xiao et Shailer, 2017), aux compétences (Dando et Swift, 2003; Gray, 2000; Xiao et Shailer, 2017) et à l'orientation vers la performance future (Dando et Swift, 2003). Cependant, peu de ces caractéristiques sont présentées chez les auditeurs de l'information sociétale (Boiral & Gendron, 2011; Boiral & Heras-Saizarbitoria, 2020; Gillet, 2012; O'Dwyer & Owen, 2005) et le discours adopté par ceux-ci est plutôt optimiste qu'explicatif (Boiral *et al.*, 2019; Boiral & Heras-Saizarbitoria, 2020).

Selon Perego (2009) et Perego et Kolk (2012), les auditeurs comptables fournissent des rapports d'assurance de l'information sociétale dans un meilleur format et décrivent mieux les procédures que les non-comptables. De même, ceux-ci sont perçus comme étant plus prudents, alors que les consultants sont plus évaluatifs (O'Dwyer et Owen, 2005). Les auditeurs comptables tendent à utiliser l'ISAE 3000 pour les rapports d'assurance, mais peuvent faire preuve d'isomorphisme, plutôt que de réelles compétences en assurance (Gürtürk et Hahn, 2016). Pour leur part, les auditeurs non comptables fournissent davantage de recommandations et d'opinions (Hummel *et al.*, 2019; Perego, 2009; Perego et Kolk, 2012). Néanmoins, de manière générale, il ne semble pas y avoir de différences entre l'assurance fournie par les auditeurs comptables et celle des non-comptables, mais l'expérience semble constituer un indicateur de sa qualité (Moroney *et al.*, 2012).

Certaines critiques sont émises au sujet du manque de compétence et d'indépendance des auditeurs (Gillet, 2012). Comme pour l'information sociétale, l'assurance semble présenter un manque d'intégralité et d'exhaustivité (Adams et Evans, 2004; Gürtürk et Hahn, 2016; Perego et Kolk, 2012). En effet, les entreprises semblent obtenir un audit par quête de la légitimité, plutôt que par souci de transparence (Adams & Evans, 2004; Boiral & Heras-Saizarbitoria, 2020; Gillet, 2012). Par ailleurs,

selon une étude de Boiral, Heras-Saizarbitoria, Brotherton *et al.* (2019), l'assurance fournie peut être de nature symbolique et superficielle. De plus, la compréhension des praticiens semble différer et avoir une incidence sur son application, comme démontré par les travaux de Channuntapipat *et al.* (2019) à la figure 2.10. Il importe donc de s'intéresser à la vérifiabilité, par l'entremise de l'audit, du reporting sociétal dans un contexte où les entreprises peuvent tenter de gérer les impressions. Le Tableau 2.14 présente une synthèse des travaux antérieurs liés à la vérifiabilité de l'information à caractère sociétal et les déterminants de la qualité abordés dans les prochaines sections.

Figure 2.10
Catégorisation des pratiques d'audit de l'information sociétale



Adaptation de Channuntapipat *et al.* (2019, p. 573) *traduction libre*

Tableau 2.14
La vérifiabilité de l'information à caractère sociétal

Déterminant	Résultats des travaux antérieurs	Stratégies de gestion des impressions (Merkl –Davies <i>et al.</i> , 2011)	Lien avec la qualité	Références
Image organisationnelle	Obtention d'un audit pour donner une apparence de responsabilité sociétale ou pour attester une performance supérieure	Manipulations de la rhétorique; Manipulations visuelles et structurelles	Positif et négatif	(Boiral et Heras-Saizorbitoria, 2020; Hummel, Schlick et Fifka, 2019; Chelli et Gendron, 2015; Fernandez-Feijoo <i>et al.</i> , 2015; Green et Zhou, 2013; Sierra, Zorio et Garcia-Benau, 2013; Zorio <i>et al.</i> , 2013; Gillet, 2012; Boiral et Gendron, 2011; Simnett <i>et al.</i> , 2009)
Pratiques de gouvernance	Information est jugée crédible lorsque l'entreprise dispose d'un comité d'audit ou d'un comité lié à la RSE	n.a.	Positif	(Rossi et Tarquinio, 2017; Kend, 2015; Cormier et Magnan, 2014; Ruhnke et Gabriel, 2013; Cormier, Ledoux et Magnan, 2009)

Gosselin (2021)

2.7.4 La vérifiabilité et l'image organisationnelle

Dans une perspective symbolique-interprétative de l'information divulguée, les entreprises concernées par leur image peuvent faire de fausses représentations afin de maintenir celle-ci (Merkl-Davies et Brennan, 2017). L'un des moyens utilisés pour rassurer les utilisateurs quant à l'information divulguée est l'audit (Connelly, Certo, Ireland et Reutzel, 2011; Gillet, 2012). À la base, l'obtention d'un audit du reporting sociétal peut s'expliquer à l'aide de la théorie des signaux. Celle-ci explique que, pour qu'un signal soit crédible, il doit y avoir un coût qu'une entreprise « high type » est prête à absorber, alors qu'une entreprise « low type » ne peut absorber ce même coût (Akerlof, 1970; Connelly, Certo, Ireland et Reutzel, 2011; Leland et Pyle, 1977; Scott, 2015; Spence, 1973). Dans cette situation, les entreprises « high type » qui obtiennent de l'assurance démontrent leur supériorité sur celles qui ne peuvent soutenir les risques d'être démasquées (Connelly *et al.*, 2011; Hummel *et al.*, 2019).

En suivant cette logique, l'audit du reporting sociétal peut permettre d'accroître la crédibilité (Ball *et al.*, 2000; Gillet-Monjarret et Rivière-Giordano, 2017; Hodge *et al.*, 2009; Moroney *et al.*, 2012; Simnett, Vanstraelen et Chua, 2009; Wong et Millington, 2014; Xiao et Shailer, 2017) et de réduire l'asymétrie d'information (Gillet-Monjarret et Rivière-Giordano, 2017). Ainsi, ces entreprises sont évaluées positivement par les investisseurs (Gillet-Monjarret et Rivière-Giordano, 2017; Reimsbach, Hahn et Gürtürk, 2018). Néanmoins, certains remettent en question la valeur de l'assurance du reporting sociétal et démontrent qu'il s'agit plutôt d'un moyen de gérer les impressions, puisque les auditeurs assurent, dans les faits, peu d'informations (Boiral & Gendron, 2011; Maroun, 2019b; Nitkins & Brooks, 1998; Rivière-Giordano, 2007). D'ailleurs, selon une étude de Clarkson *et al.* (2019), les rapports d'assurance fournis par un Big 4 sont perçus positivement par les marchés.

Dans le contexte à l'étude, l'école de pensée de la gestion des impressions propose que les entreprises puissent obtenir un audit afin de présenter une apparence de responsabilité sociétale (Boiral et Gendron, 2011; Gillet, 2012; Sierra, Zorio et García-Benau, 2013). Par exemple, les auditeurs semblent utiliser des stratégies discursives de légitimation et utiliser un vocabulaire visant à renforcer l'image des entreprises, plutôt qu'à divulguer de l'information objective (Boiral & Heras-Saizarbitoria, 2020; Chelli & Gendron, 2015). De plus, les entreprises dans des industries à fortes émissions polluantes sont sujettes à une grande visibilité et tendent à obtenir de l'assurance pour leur reporting sociétal afin de maintenir leur image (Fernandez-Feijoo *et al.*, 2015; Green et Zhou, 2013; Simnett *et al.*, 2009; Zorio, García-Benau et Sierra, 2013); or, d'autres études ne recensent pas de lien entre l'industrie et l'obtention d'assurance (Sierra *et al.*, 2013).

En somme, l'obtention d'assurance semble avoir une incidence sur le reporting sociétal dans une perspective orientée vers le signal de l'assurance, mais aussi dans la perspective de la gestion des impressions. Ainsi, l'image organisationnelle semble être

liée à la vérifiabilité de l'information, mais le sens de cette relation n'est pas tranché dans la littérature.

H_{3a} : La vérifiabilité de l'information divulguée est liée à l'image organisationnelle des sociétés.

2.7.5 La vérifiabilité et la gouvernance

Dans une perspective de crédibilité de l'information, les entreprises qui possèdent des comités de gouvernance, tels qu'un comité d'audit ou de RSE, tendent à obtenir un audit des divulgations sociétales (Kend, 2015; Ruhnke et Gabriel, 2013). La présence de ces comités peut alors permettre d'accroître la crédibilité perçue des divulgations sociétales, puisque ceux-ci veillent aux qualités de l'information (Cormier, Ledoux et Magnan, 2009; Cormier et Magnan, 2014b; Kend, 2015; Rossi et Tarquinio, 2017; Ruhnke et Gabriel, 2013). À l'inverse, l'absence d'un comité d'audit ou d'expertise du conseil d'administration peut mener à une perte de confiance par les investisseurs (Flanagan, Muse et O'Shaughnessy, 2008). Ainsi, il semble que la qualité des pratiques de gouvernance soit liée à la vérifiabilité de l'information divulguée.

H_{3b} : La vérifiabilité de l'information divulguée est positivement liée aux pratiques de gouvernance reconnues des sociétés.

2.8 LA COMPRÉHENSIBILITÉ

Pour sa part, la compréhensibilité signifie des informations claires et concises (International Accounting Standards Board, 2010). Les informations compréhensibles, malgré leur complexité, permettent aux utilisateurs, d'acquérir une compréhension des éléments nécessaires à la prise de décisions (International Accounting Standards Board, 2010). Cependant, cette compréhension peut être limitée à certains utilisateurs visés (Smith et Taffler, 1992). Les travaux antérieurs qui se sont penchés sur la compréhensibilité de la divulgation soulignent que la complexité (Lim *et al.*, 2017; Muslu, Mutlu, Radhakrishnan et Tsang, 2019; Nazari, Hrazdil et Mahmoudian, 2017;

Richards et van Staden, 2015; Rutherford, 2003; Smith et Taffler, 1992) et le manque de clarté (Diouf et Boiral, 2017; Elkins et Entwistle, 2018; Haller *et al.*, 2018; Joseph, 2012; Plumlee et Yohn, 2010; Schroeder et Gibson, 1990; Sydserff et Weetman, 1999) peuvent nuire à la compréhension.

Parmi ces travaux, certains utilisent la lisibilité afin d'évaluer la compréhension (Abu Bakar et Ameer, 2011; Cho, Michelon *et al.*, 2012; du Toit, 2017). La lisibilité se définit selon trois variables (Dale et Chall, 1949, p. 5) :

First, the book or article itself – its format and organization; its subject matter and themes; its expressional elements such as vocabulary, sentence structure etc. Second, the reader – his general reading ability, his interest and purpose in reading, his general experience and specific experience along the lines of the book he is reading. Third, the criterion used to estimate readability – whether we use a measure of interest, comprehension or speed of reading; and the methods used to estimate these criteria.¹²

Dans cette logique, la lisibilité permet d'évaluer la compréhension à la première lecture (Schroeder et Gibson, 1990). Cependant, pour d'autres auteurs, la lisibilité n'est pas liée à la compréhension, mais plutôt à la structure du texte, la longueur des phrases et des mots, mais elle ne tient pas compte du contexte ni des utilisateurs visés (Adelberg, 1979; Jones et Shoemaker, 1994; Loughran et McDonald, 2014). Néanmoins, la lisibilité est encore considérée, à ce jour, comme l'un des éléments essentiels à la compréhension par plusieurs études (du Toit, 2017; Muslu *et al.*, 2019; Nazari *et al.*, 2017; Richards et van Staden, 2015).

¹² Premièrement, le livre ou l'article en soit — son format et son organisation; ses sujets et ses thèmes; ses éléments d'expression, tels que le vocabulaire, la structure des phrases, etc. Deuxièmement, le lecteur — son habileté générale de lecture, ses intérêts et objectifs dans la lecture, son expérience générale et spécifique pour le livre qu'il lit. Troisièmement, le critère utilisé pour estimer la lisibilité — selon l'utilisation de la mesure de l'intérêt, la compréhension ou la rapidité de la lecture; et les méthodes utilisées pour estimer ces critères. (*traduction libre*)

Parmi les travaux antérieurs en comptabilité financière, il semble que la complexité du reporting financier puisse nuire à sa lisibilité (Bradbury, Hsiao et Scott, 2018; Courtis, 1998; Kent, Blanco, Coram et Dhole, 2018). En effet, l'adoption de certaines normes jugées complexes (Lim *et al.*, 2017; Plumlee et Yohn, 2010), telles que les IFRS (Richards et van Staden, 2015), peut nuire à la compréhension des utilisateurs. Ainsi, comme l'évoquent Elkins et Entwistle (2018, p. 84) : « Note disclosure standards will only be effective if preparers and auditors understand and agree on what to disclose and why such disclosure is necessary¹³ »; d'où l'importance de la concision et de la cohérence de l'information (Haller, van Staden et Landis, 2018).

En ce qui concerne la compréhensibilité de l'information à caractère sociétal volontaire, la multiplicité des initiatives et des interprétations semble également nuire à la compréhension (Verk *et al.*, 2019). En effet, les initiatives comme la GRI sont critiquées pour leur manque de cohésion et d'alignement des principes de mesures (Diouf et Boiral, 2017; Haller *et al.*, 2018; Joseph, 2012; Talbot et Boiral, 2018). De même, en matière de lisibilité, les communications sociétales, de manière générale, sont jugées comme étant difficiles à lire sans détenir l'expertise dans le domaine (Bakar & Ameer, 2011; Cho, Michelon, *et al.*, 2012; du Toit, 2017; Stone & Lodhia, 2019). Ainsi, il semble que la compréhensibilité de l'information sociétale demeure, à ce jour, manquante.

Dans une perspective de gestion des impressions, les entreprises peuvent divulguer de l'information complexe ou incompréhensible afin d'être perçues de manière favorable (Boiral, Heras-Saizarbitoria et Brotherton, 2019; Haller *et al.*, 2018; Nazari *et al.*, 2017; Wang, Hsieh et Sarkis, 2018). Il importe donc de s'intéresser aux déterminants qui se répercutent sur la compréhensibilité de l'information à caractère sociétal. Le Tableau 2.15 présente une synthèse des travaux antérieurs liés à la

¹³ Les normes de divulgations ne seront efficaces que si les préparateurs et les auditeurs comprennent et s'entendent sur ce qu'il convient de divulguer et pourquoi ces divulgations sont nécessaires.

compréhensibilité de l'information à caractère sociétal et les déterminants des qualités abordés dans les prochaines sections.

Tableau 2.15
La compréhensibilité de l'information à caractère sociétal

Déterminant	Résultats des travaux antérieurs	Stratégies de gestion des impressions (Merkl –Davies <i>et al.</i> , 2011)	Lien avec la qualité	Références
Image organisationnelle	Obfuscation des éléments négatifs	Manipulations de la lisibilité	Négatif	(Riley et Yen, 2019; Wang <i>et al.</i> , 2018; Diouf et Boiral, 2017; Cho, Michelon <i>et al.</i> , 2012)
	Divulgaration d'information non conforme aux référentiels	Sélectivité des données présentées	Négatif	(Talbot et Boiral, 2018)
Financiarisation	Les entreprises obfusquent l'information lorsque la performance sociétale est faible; Les entreprises qui adoptent des stratégies fiscales agressives divulguent de l'information sociétale moins lisible	Manipulations de la lisibilité	Négatif	(Beuselinck <i>et al.</i> , 2018; Abu Bakar et Ameer, 2011)

Gosselin (2021)

2.8.1 La compréhensibilité et l'image organisationnelle

Tout comme la fidélité, l'information dite compréhensible fournit aux utilisateurs une image complète d'une entreprise, malgré la complexité de celle-ci, afin que ces derniers puissent prendre des décisions (International Accounting Standards Board, 2010). Selon Lock et Seele (2016), l'image d'une entreprise est basée sur la perception des parties prenantes et la compréhensibilité de l'information constitue l'une des conditions préalables à la fidélité. Dans cette logique, les entreprises qui possèdent une performance supérieure en responsabilité sociétale divulgueraient de l'information compréhensible afin de se distinguer des autres (Nazari *et al.*, 2017). Cependant, il semble que certaines entreprises optent plutôt pour la manipulation et l'obfuscation de l'information afin de présenter une image positive (Diouf et Boiral,

2017; Haller *et al.*, 2018; Riley et Yen, 2019; Talbot et Boiral, 2015, 2018; Wang *et al.*, 2018).

Par exemple, même si certains auteurs suggèrent que l'adoption de cadres de divulgations volontaires permet de maintenir une légitimité morale (Lock et Seele, 2016); les entreprises tendent à manipuler des informations pour rehausser leur image (Haller *et al.*, 2018; Talbot et Boiral, 2018), à présenter des relations positives et à obfusquer les événements négatifs présentés dans les rapports sociétaux (Cho, Michelon *et al.*, 2012; Wang *et al.*, 2018). De même, selon une analyse de rapports GRI par Talbot et Boiral (2018), 98 des 105 rapports sociétaux présentaient de l'information non conforme aux référentiels de la GRI et obfusquaient les éléments négatifs. Ainsi, nous posons l'hypothèse que ceux qui tentent d'améliorer leur image à l'aide de la divulgation d'information sociétale auront tendance à divulguer de l'information moins compréhensible.

H_{4a} : La compréhensibilité de l'information divulguée est négativement liée à l'image organisationnelle des sociétés.

2.8.2 La compréhensibilité et la financiarisation

Dans un contexte de gestion des impressions, il se peut que l'information divulguée diffère des comportements adoptés des entreprises. Ainsi, lorsque les dirigeants et les investisseurs sont principalement motivés par la maximisation de la valeur actionnariale, des comportements court-termistes peuvent se révéler (Bourque, 2014; Bushee, 2001; Davis, 2017; Graves et Waddock, 1990). Néanmoins, peu d'études s'intéressent à la relation entre l'occurrence de comportements court-termistes et la compréhensibilité de l'information. Cependant, Muslu *et al.* (2019) démontrent que les prévisions des analystes sont plus précises lorsque les entreprises présentent de l'information sociétale lisible (Muslu *et al.*, 2019).

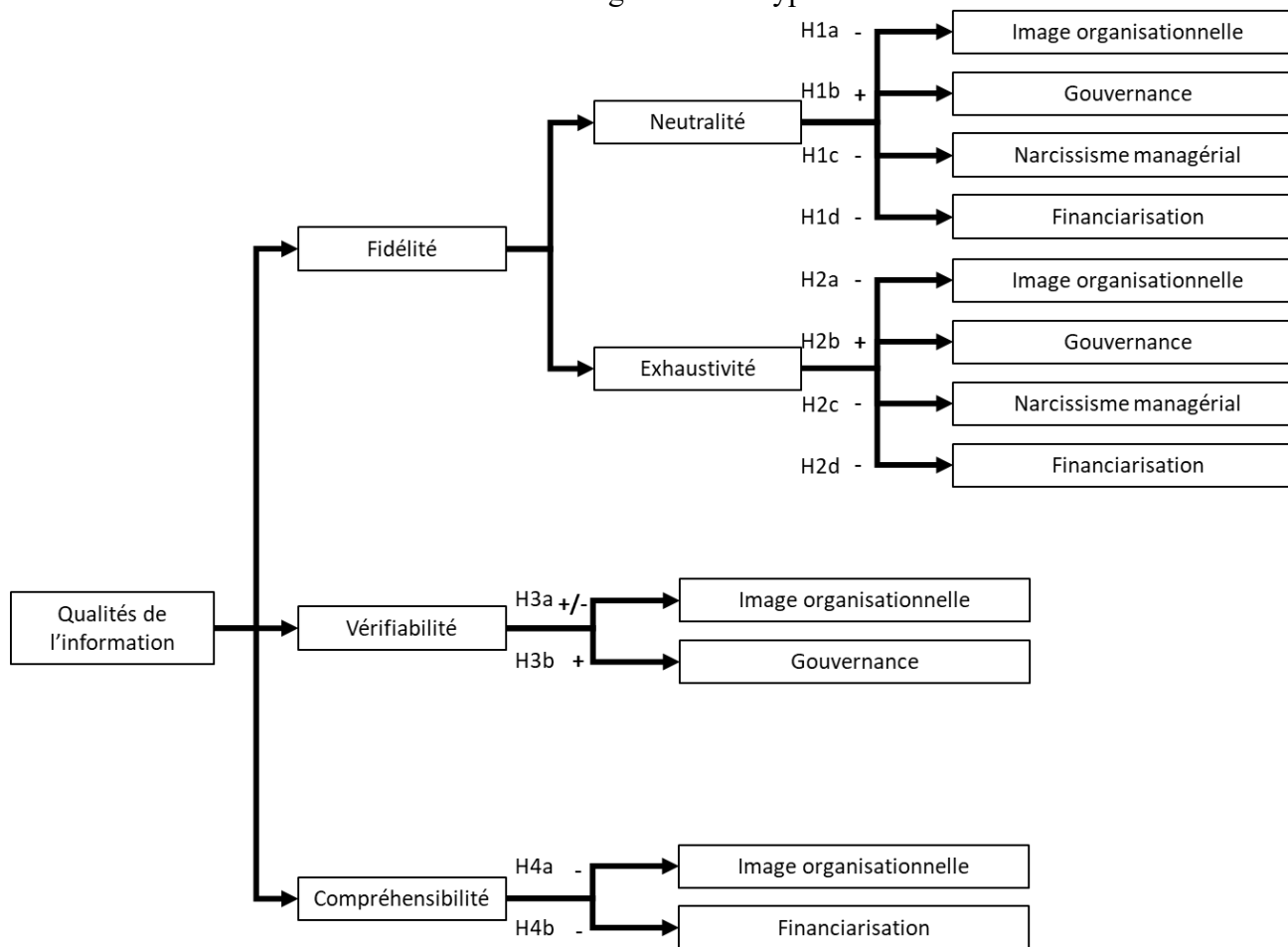
Pour leur part, Beuselinck *et al.* (2018) ont examiné les stratégies fiscales agressives et la lisibilité des rapports financiers. Selon ces auteurs, les entreprises qui adoptent des stratégies fiscales agressives divulguent de l'information sociétale moins lisible et tendent à cacher de l'information (Beuselinck *et al.*, 2018a). De même, ces entreprises tendent à obfusquer l'information lorsque leur performance financière (Abu Bakar et Ameer, 2011; Beuselinck *et al.*, 2018) et sociétale (Abu Bakar et Ameer, 2011) est faible. Ainsi, nous posons l'hypothèse que les agissements court-termistes, tels que l'agressivité fiscale, mènent les entreprises à présenter de l'information qui manque de compréhensibilité pour obfusquer ces agissements.

H_{4b} : La compréhensibilité de l'information divulguée est négativement liée à l'occurrence d'agissements court-termistes des sociétés.

2.9 LE MODÈLE INTÉGRATEUR ET LES HYPOTHÈSES DE RECHERCHE

Ce chapitre met en relation les déterminants pouvant avoir une incidence sur la qualité de l'information sociétale. Ceci nous permettra d'atteindre les objectifs de recherche établis dans le premier chapitre. Rappelons que la question de recherche est la suivante : quelle est l'incidence de certains déterminants organisationnels sur les qualités de l'information sociétale divulguée volontairement? La Figure 2.11 présente la relation attendue entre les déterminants de la qualité et les qualités de l'information à caractère sociétal volontaire décrit dans ce deuxième chapitre. Ce modèle intègre ces variables dans le modèle général de recherche et indique le sens prédit de la relation.

Figure 2.11
Le modèle intégrateur des hypothèses



CHAPITRE 3

MÉTHODOLOGIE

3.1 LE DEVIS DE RECHERCHE ET LE POSITIONNEMENT ÉPISTÉMOLOGIQUE

Le paradigme épistémologique adopté par un chercheur influence son interprétation et sa constitution des connaissances (Mackenzie et Knipe, 2006; Pelletier, 2013; Piaget, 1996). En sciences de la gestion, on retrouve trois grands courants épistémologiques : le constructivisme, l'interprétativisme et le positivisme.

Certains auteurs considèrent que les paradigmes constructivistes et interprétativistes peuvent être regroupés sous un seul paradigme, où le chercheur est interdépendant de son objet d'étude (Gavard-Perret, Gotteland, Haon et Jolibert, 2012; Mackenzie et Knipe, 2006; Robson et McCartan, 2016)¹⁴. Néanmoins, le constructivisme positionne le chercheur comme un acteur qui contribue à la construction de la réalité, tandis que l'interprétativisme le positionne comme un créateur de sens pour décrire un phénomène (Gavard-Perret *et al.*, 2012; Pelletier, 2013).

Pour sa part, le paradigme positiviste positionne le chercheur comme étant externe à sa recherche. Il a pour but de tester une théorie ou d'observer et de mesurer un événement pour en prédire les résultats (O'Leary, 2004). Les recherches dans ce courant épistémologique visent la production de connaissances généralisables et transférables à d'autres contextes (O'Leary, 2004; Pelletier, 2013; Robson et McCartan, 2016). Pour ce faire, les chercheurs adoptent une position objective et neutre relative à leur objet de recherche (O'Leary, 2004; Pelletier, 2013; Robson et McCartan, 2016). De manière générale, ces derniers optent pour des méthodologies quantitatives

¹⁴ Adapté de Gosselin (2017), DBA 840 – Méthodologie de la recherche appliquée – Travail de session (Document inédit)

comprenant de la collecte de données et des analyses statistiques à l'aide de tests d'hypothèses (Mackenzie et Knipe, 2006; Pelletier, 2013).

Dans le cadre de notre étude, l'objectif est d'examiner, sous la perspective de la gestion des impressions, l'incidence de certains déterminants sur les qualités de l'information à caractère sociétal. Nous puisons donc dans les travaux empiriques antérieurs et les théories existantes afin d'examiner la relation potentielle entre ces variables. Pour ce faire, nous adoptons une méthodologie quantitative et une approche hypothético-déductive, ce qui nous permettra de généraliser nos résultats. Les données collectées seront de nature secondaire, puisqu'elles seront issues des rapports produits par les entreprises. Ainsi, notre positionnement épistémologique est le positivisme, puisque les données recueillies seront indépendantes des chercheurs et que nous visons à prédire les qualités de l'information sociétale à l'aide de déterminants organisationnels.

3.2 LES CHOIX MÉTHODOLOGIQUES

Afin de répondre à notre question de recherche, les entreprises canadiennes qui divulguent de l'information sociétale de manière volontaire sont sélectionnées. Le choix de ce contexte est pertinent dans le cadre de notre étude, puisque comparativement à plusieurs pays, le Canada impose peu de réglementation sur la divulgation sociétale. Néanmoins, les parties prenantes s'interrogent sur les qualités actuelles de l'information à caractère sociétal et la nécessité de légiférer sur ces divulgations.

Par ailleurs, au fil des années, plusieurs études se sont penchées sur le reporting sociétal volontaire au Canada. Celles-ci démontrent que, de manière générale, les grandes entreprises (Pratima Bansal, 2005; Thorne *et al.*, 2014) et celles soumises à des pressions de leurs parties prenantes (Aerts *et al.*, 2006; Ball et Craig, 2010; Bewley et Li, 2000; Cormier *et al.*, 2004; Nitkins et Brooks, 1998) tendent à divulguer de

l'information sociétale. De même, Berthelot *et al.* (2012), Cormier et Magnan (2007) et Zeng (2016) ont démontré que certaines informations sociétales sont prises en compte par les investisseurs. De plus, certaines entreprises utilisent des initiatives reconnues à l'échelle mondiale, telles que les référentiels de la GRI, sans nécessairement les adopter dans leur intégralité (Caron et Turcotte, 2009; Roca et Searcy, 2012). Ainsi, les entreprises canadiennes semblent suivre les tendances mondiales en matière de divulgation sociétale; il est donc pertinent de s'y intéresser. Un sommaire des travaux antérieurs sur la divulgation volontaire d'information sociétale au Canada est présenté à l'annexe 6.

En ce qui concerne la période à l'étude, nous optons pour une régression sur plusieurs années, puisque certaines entreprises ne présentent pas un rapport distinct sur leurs avancées en responsabilité sociétale chaque année. Des variables de contrôle seront incluses dans notre modèle pour tenir compte de l'effet du temps.

3.2.1 Les données à l'étude

Dans le cadre de notre étude, l'échantillon sera composé d'entreprises canadiennes cotées à la Bourse de Toronto et sélectionnées par le *Globe and Mail* — Corporate Board Games — 2016, 2017 et 2018. Ce choix s'appuie sur les travaux antérieurs qui se sont intéressés à l'information à caractère sociétal volontaire. Tout d'abord, les entreprises cotées tendent à produire plus de divulgations sociétales en raison de leur taille (Cho, Michelin, Patten et Roberts, 2015; Dyduch et Krasodomska, 2017; Fernandez-Feijoo, Romero et Ruiz, 2014b; Patten, 2002; Thorne *et al.*, 2014) et de leur visibilité accrue (Du et Vieira, 2012; Fernandez-Feijoo, Romero et Ruiz, 2014; Kend, 2015; Thorne *et al.*, 2014). De plus, celles-ci tendent à obtenir de l'assurance de certaines informations sociétales (De Beelde et Tuybens, 2015; Fernandez-Feijoo *et al.*, 2015). Le choix de limiter notre échantillon au Canada vise à limiter l'effet du contexte géographique et politique du pays, puisque le pays peut avoir un effet sur les

résultats (El-Bassiouny & El-Bassiouny, 2019). Enfin, les données seront disponibles publiquement, ce qui facilitera notre collecte de données.

Nous utilisons les entreprises incluses dans le *Globe and Mail* – Corporate Board Games, puisqu’il s’agit d’une source canadienne crédible fournissant une analyse exhaustive de la gouvernance (Cormier et Magnan, 2014a). Le Corporate Board Games est une initiative du Clarkson Centre for Business Ethics and Board Effectiveness. Celui-ci évalue les pratiques de gouvernance des entreprises cotées à la Bourse de Toronto (The Globe and Mail, 2018b). Au 1^{er} septembre 2018, la base de données analysait les pratiques de gouvernance de 224 (1^{er} septembre 2016 : 231; 1^{er} septembre 2017 : 242) entreprises à l’aide des circulaires de la direction (The Globe and Mail, 2018b).

3.2.2 L’échantillon sélectionné

Parmi les entreprises analysées, nous devons exclure les entreprises couvertes par le règlement sur la déclaration annuelle DORS 2002-133, puisque celles-ci ont l’obligation de présenter de l’information sociétale. Ainsi, en 2018, les 26 (2016 : 25 ; 2017 : 27) entreprises liées à l’industrie financière et aux assurances ont été retirées. Notre échantillon final regroupe donc au total 198 (2016 : 206 ; 2017 : 215) entreprises canadiennes cotées, pour lesquelles la divulgation d’information à caractère sociétal est volontaire. Par la suite, les entreprises qui ne présentent pas de rapports sociétaux distincts seront retirées de l’échantillon. Le choix de n’inclure que les rapports sociétaux distincts est dû à la complexité d’extraire les informations sociétales volontaires dans les autres rapports des entreprises, tels que les rapports annuels, puisque certaines informations divulguées sont régies par l’Autorité des marchés financiers. Le Tableau 3.1 présente le décompte des entreprises par industrie.

Tableau 3.1
La constitution de l'échantillon

Industries	Nombre d'entreprises 2016	Nombre d'entreprises 2017	Nombre d'entreprises 2018
Matériaux	51	55	46
Énergie	49	48	35
Services financiers	25	27	26
Manufacturier	22	25	29
Biens et services de consommation discrétionnaires	21	21	19
Immobilier	20	20	23
Services publics	13	14	13
Technologie de l'information	12	12	10
Biens et services de consommation de base	11	11	10
Soins de santé	4	6	10
Télécommunications	3	3	3
Total d'entreprises telles qu'analysées par le Globe and Mail Corporate Board Games	231	242	224
Soustraction des entreprises couvertes par le règlement DORS 2002-133 – Services financiers	(25)	(27)	(26)
Total des entreprises pour qui le reporting sociétal est volontaire	206	215	198
Soustraction des entreprises qui ne présentent pas de rapports sociétaux distincts	(146)	(138)	(145)
Total de l'échantillon final	<u>60</u>	<u>77</u>	<u>53</u>

Gosselin (2021)

En ce qui concerne la collecte de données, les données incluses dans les rapports sociétaux ont été collectées manuellement. Pour leur part, les données financières ont été collectées dans Wharton Research Data Services (WRDS) – Capital IQ.

3.3 LES MODÈLES DE RÉGRESSION ET LES MESURES DES VARIABLES

Afin d'examiner, dans un contexte de hasard moral, l'incidence de certains déterminants sur les qualités de l'information à caractère sociétal, nous utilisons des modèles de régression linéaire OLS. Ceux-ci permettent de mettre en relation les variables dépendantes, soit les qualités de l'information, avec les variables indépendantes, les déterminants des qualités.

Nous analysons cinq modèles des qualités de l'information divulguée. Chacun présente la qualité analysée comme une variable dépendante et les déterminants comme des variables indépendantes. Les principaux modèles analysés sont les suivants :

$$(1) NEUT_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 DET_{jt} + \alpha_2 GRI_{jt} + \alpha_3 AUDIT_{jt} + \alpha_4 CRSE_{jt} + \alpha_5 BIG4_{jt} + \alpha_6 TAILLE_{jt} + \alpha_7 PROFIT_{jt} + \alpha_8 MAN_{jt} + \alpha_9 MAT_{jt} + \alpha_{10} ENER_{jt} + \alpha_{11} A2016_{jt} + \alpha_{12} A2017_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

$$(2) EXH_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 DET_{jt} + \alpha_2 GRI_{jt} + \alpha_3 AUDIT_{jt} + \alpha_4 CRSE_{jt} + \alpha_5 BIG4_{jt} + \alpha_6 TAILLE_{jt} + \alpha_7 PROFIT_{jt} + \alpha_8 MAN_{jt} + \alpha_9 MAT_{jt} + \alpha_{10} ENER_{jt} + \alpha_{11} A2016_{jt} + \alpha_{12} A2017_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

$$(3) VERIF_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 DET_{jt} + \alpha_2 GRI_{jt} + \alpha_3 AUDIT_{jt} + \alpha_4 CRSE_{jt} + \alpha_5 BIG4_{jt} + \alpha_6 TAILLE_{jt} + \alpha_7 PROFIT_{jt} + \alpha_8 MAN_{jt} + \alpha_9 MAT_{jt} + \alpha_{10} ENER_{jt} + \alpha_{11} A2016_{jt} + \alpha_{12} A2017_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

$$(4) OBF_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 DET_{jt} + \alpha_2 GRI_{jt} + \alpha_3 AUDIT_{jt} + \alpha_4 CRSE_{jt} + \alpha_5 BIG4_{jt} + \alpha_6 TAILLE_{jt} + \alpha_7 PROFIT_{jt} + \alpha_8 MAN_{jt} + \alpha_9 MAT_{jt} + \alpha_{10} ENER_{jt} + \alpha_{11} A2016_{jt} + \alpha_{12} A2017_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

$$(5) LISI_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 DET_{jt} + \alpha_2 GRI_{jt} + \alpha_3 AUDIT_{jt} + \alpha_4 CRSE_{jt} + \alpha_5 BIG4_{jt} + \alpha_6 TAILLE_{jt} + \alpha_7 PROFIT_{jt} + \alpha_8 MAN_{jt} + \alpha_9 MAT_{jt} + \alpha_{10} ENER_{jt} + \alpha_{11} A2016_{jt} + \alpha_{12} A2017_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

Où

$NEUT_{jt}$ = la mesure de la neutralité de l'information de l'entreprise j à l'année t par la sélectivité des graphiques, telle que présentée par Beattie et Jones (2008, 1992, 2000) et Cho, Michelon *et al.* (2012);

EXH_{jt} = la mesure de l'information complète (exhaustivité) par les divulgations *Hard* et *Soft* pour l'information environnementale (Clarkson *et al.*, 2008), économique (Coulmont, Berthelot et Thibault, 2013) et sociale (Sutantoputra, 2009) de l'entreprise j à l'année t;

$VERIF_{jt}$ = la mesure de la vérifiabilité de l'entreprise j à l'année t est celle de Perego et Kolk (2012) sur la qualité des rapports d'assurance basé sur des éléments de la GRI, de l'AA1000 et de la FEE;

OBF_{jt} = la mesure de la compréhensibilité par l'obfuscation est la distorsion des graphiques de l'entreprise j à l'année t, tel que mesuré par le Relative Graph Discrepancy index (RGD) développé par Mather, Mather et Ramsay (2005);

$LISI_{jt}$ = la mesure de la compréhensibilité par la lisibilité de l'entreprise j à l'année t est mesuré par les mesures suivantes : le Flesch Reading Ease par Flesch (1948) ($FLESC_{jt}$); le Flesch-Kincaid Grade Level par Kincaid, Fishburne, Rogers et Chissom (1975) ($FKGL_{jt}$); l'index Fog de Gunning (1952, 1969) (FOG_{jt}); et l'indice du SMOG de Mc Laughlin (1969) ($SMOG_{jt}$);

DET_{jt} = le déterminant de la qualité, mesuré avec les variables pour chacune des hypothèses

- $IMAGE_{jt}$ = représente la mesure de l'image organisationnelle de l'entreprise j à l'année t , telle que mesurée par la couverture médiatique des entreprises et le coefficient Janis-Fadner (1943);
- $GOUV_{jt}$ = est la mesure de gouvernance de l'entreprise j à l'année t , telle que mesurée par le Corporate Board Games du Clarkson Centre for Business Ethics and Board Effectiveness à l'Université de Toronto;
- $NARC_{jt}$ = représente le narcissisme managérial de l'entreprise j à l'année t . Nous utilisons quatre mesures différentes pour évaluer le narcissisme : (1) l'importance de la photo du PDG dans le rapport annuel de la société ($PHOTO_{jt}$); (2) l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société ($COMM_{jt}$); (3) la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (ESP_{jt}) et; (4) la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société ($HORSESP_{jt}$);
- FIN_{jt} = représente la financiarisation de l'entreprise j à l'année t . Nous utilisons trois mesures différentes pour évaluer l'occurrence de comportements court-termistes : (1) le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers ($FINBN_{jt}$), (2) le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) et (3) les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net ($FINQR_{jt}$);

GRI_{jt} = est la variable de contrôle pour la forme de reporting de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise est en conformité avec la GRI et de 0 dans le cas contraire;

$AUDIT_{jt}$ = représentent la présence d'un audit de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise un audit de son information sociétale et de 0 dans le cas contraire;

$CRSE_{jt}$ = représentent la présence d'un comité lié à la RSE de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise dispose d'un comité de gouvernance sur la RSE et de 0 dans le cas contraire;

$BIG4_{jt}$ = représentent la présence d'un audit par un grand cabinet comptable de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise obtient un audit de l'information sociétale par un grand cabinet comptable (Big4) et de 0 dans le cas contraire;

$TAILLE_{jt}$ = représentent la taille de l'entreprise de l'entreprise j à l'année t , tel que mesuré par le total des actifs ($ACTIFS_{jt}$) et le total des revenus (REV_{jt});

$PROFIT_{jt}$ = représentent la rentabilité de l'entreprise j à l'année t , tel que mesuré par le rendement des actifs (ROA_{jt}) et le ratio Market-to-Book ($MtoB_{jt}$);

MAN_{jt} = une variable de contrôle pour le secteur manufacturier de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur manufacturier et de 0 dans le cas contraire;

MAT_{jt} = une variable de contrôle pour le secteur des matériaux de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur des matériaux et de 0 dans le cas contraire;

$ENER_{jt}$ = une variable de contrôle pour le secteur de l'énergie de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur de l'énergie et de 0 dans le cas contraire;

$A2016_{jt}$ et $A2017_{jt}$ = la variable de contrôle pour l'année de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise publie son rapport dans l'année 2016 ou 2017 respectivement et de 0 dans le cas contraire.

Dans le cas où la taille de l'échantillon ou sa composition ne permettent pas d'effectuer des modèles de régression stables, d'autres analyses statistiques seront effectuées. Les variables dépendantes, soit les variables des qualités, seront transformées en variables dichotomiques à l'aide de la médiane et de la moyenne. Pour les analyses qui mobilisent une variable indépendante ou une variable de contrôle dichotomique des tests du Chi-Deux seront effectués (Corder & Foreman, 2014). Ces résultats seront interprétés à l'aide de tableaux croisés. Pour leur part, les variables continues seront analysées à l'aide de comparaisons de moyennes.

Dans les prochaines sections, les différentes variables sont présentées en plus de détails. Tout d'abord, les variables qui composent les modèles de la neutralité et de l'exhaustivité sont expliquées, soit le modèle 1 : neutralité et le modèle 2 : exhaustivité, puis nous abordons toutes les variables indépendantes qui compose ce modèle. Par la suite, les variables qui composent le modèle 3 : vérifiabilité, le modèle 4 : obfuscation et le modèle 5 : lisibilité sont présentés.

3.4 LES VARIABLES QUI COMPOSENT LE MODÈLE 1 : NEUTRALITÉ ET LE MODÈLE 2 : L'EXHAUSTIVITÉ DE L'INFORMATION À CARACTÈRE SOCIÉTAL

Dans le cadre de notre premier modèle, la neutralité de l'information sociétale est analysée. Pour sa part, le deuxième modèle analyse l'exhaustivité de l'information sociétale. Dans un contexte de gestion des impressions, la divulgation d'information à caractère sociétal peut être considérée comme un outil pour servir les intérêts des dirigeants sans toutefois être véridique ou digne de confiance. Ainsi, nous mesurons la fidélité de l'information sociétale. Pour ce faire, nous nous servons des composantes suivantes : la neutralité et l'exhaustivité. Rappelons que les équations de régression servant à vérifier les hypothèses posées se présentent comme suit :

$$(1) NEUT_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 DET_{jt} + \alpha_2 GRI_{jt} + \alpha_3 AUDIT_{jt} + \alpha_4 CRSE_{jt} + \alpha_5 BIG4_{jt} + \alpha_6 TAILLE_{jt} + \alpha_7 PROFIT_{jt} + \alpha_8 MAN_{jt} + \alpha_9 MAT_{jt} + \alpha_{10} ENER_{jt} + \alpha_{11} A2016_{jt} + \alpha_{12} A2017_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

$$(2) EXH_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 DET_{jt} + \alpha_2 GRI_{jt} + \alpha_3 AUDIT_{jt} + \alpha_4 CRSE_{jt} + \alpha_5 BIG4_{jt} + \alpha_6 TAILLE_{jt} + \alpha_7 PROFIT_{jt} + \alpha_8 MAN_{jt} + \alpha_9 MAT_{jt} + \alpha_{10} ENER_{jt} + \alpha_{11} A2016_{jt} + \alpha_{12} A2017_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

Où

$NEUT_{jt}$ = neutralité de l'information sociétale de l'entreprise j au temps t;

EXH_{jt} = exhaustivité de l'information sociétale de l'entreprise j au temps t ;

DET_{jt} = le déterminant de la qualité, mesuré avec les variables pour chacune des hypothèses :

- $IMAGE_{jt}$ = mesure de l'image organisationnelle de l'entreprise j au temps t;
- $GOUV_{jt}$ = mesure des pratiques de gouvernance reconnues des sociétés de l'entreprise j au temps t;
- $NARC_{jt}$ = mesure du narcissisme de la haute direction de l'entreprise j au temps t;
- FIN_{jt} = mesure de la financiarisation de l'entreprise j au temps t;

GRI_{jt} = mesure de la conformité à la Global Reporting Initiative (GRI) de l'entreprise j au temps t;

$AUDIT_{jt}$ = mesure de l'obtention d'un audit de l'information sociétale de l'entreprise j au temps t;

$CRSE_{jt}$ = mesure de la présence d'un comité de gouvernance lié à la RSE de l'entreprise j au temps t;

$BIG4_{jt}$ = mesure de l'obtention d'un audit de l'information sociétale par un grand cabinet comptable (Big4) de l'entreprise j au temps t;

$TAILLE_{jt}$ = mesure de la taille de l'entreprise de l'entreprise j au temps t;

$PROFIT_{jt}$ = mesure de la profitabilité de l'entreprise de l'entreprise j au temps t;

MAN_{jt} = mesure des entreprises qui font partie du secteur manufacturier de l'entreprise j au temps t;

MAT_{jt} = mesure des entreprises qui font partie du secteur des matériaux de l'entreprise j au temps t;

$ENER_{jt}$ = mesure des entreprises qui font partie du secteur de l'énergie de l'entreprise j au temps t;

$A2016_{jt}$ = mesure des rapports sociétaux des entreprises couvrant l'année 2016 de l'entreprise j au temps t;

$A2017_{jt}$ = mesure des rapports sociétaux des entreprises couvrant l'année 2017 de l'entreprise j au temps t.

3.4.1 Les mesures de la Neutralité ($NEUT_{jt}$)

Nous mesurons la neutralité en examinant la sélectivité des graphiques, telle que présentée par Beattie et Jones (2008, 1992, 2000) et Cho, Michelon *et al.* (2012). Cette mesure analyse le pourcentage des graphiques qui présentent une tendance favorable. Pour les entreprises, les graphiques peuvent servir de moyen de communication pour présenter leurs résultats et leurs progrès (Beattie et Jones, 2008; Falschlunger, Eisl, Losbichler et Greil, 2015; Jones *et al.*, 2018; Nik Ahmad et Hossain, 2019). Néanmoins, celles qui sont tentées de manipuler la perception peuvent divulguer des graphiques à tendances favorables (Beattie et Jones, 2008, 1992, 2000; Cho, Michelon *et al.*, 2012; Falschlunger *et al.*, 2015). Une tendance favorable peut se présenter sous deux formes : une croissance, par exemple, en dollars investis dans des ressources renouvelables; ou une diminution, par exemple la réduction des émissions de gaz à effet de serre (Cho, Michelon *et al.*, 2012). Le nombre de graphiques présentant une tendance positive est manuellement collecté dans les rapports sociétaux puis il est divisé par le nombre total de graphiques.

Parmi les autres mesures utilisées dans les travaux antérieurs, plusieurs évaluent la neutralité des textes par des analyses de contenu (Boiral, 2016; Caron et Turcotte, 2009; Cowan et Gadenne, 2005; de Villiers et van Staden, 2006; Du et Vieira, 2012; Talbot et Boiral, 2018). Ces analyses examinent les mots positifs et négatifs, de même que le ton des divulgations. Néanmoins, dans le cadre de notre analyse, nous considérons, comme Beattie et Jones (2008, 1992, 2000), que les graphiques sont représentatifs des divulgations des entreprises. Selon cette mesure, plus les rapports sociétaux présentent des graphiques à tendance favorable, plus l'information fait l'objet de biais favorables. Ainsi, plus le pourcentage de graphiques à tendance favorable augmente, moins l'information sera dite neutre.

3.4.2 Les mesures de l'information complète (EXH_{it})

Notre mesure de l'exhaustivité s'appuie sur les travaux de Clarkson *et al.* (2008). Cette mesure, basée sur les indicateurs de la GRI, permet de faire le codage de l'information dite *hard* et *soft* (Clarkson *et al.*, 2008, 2013). L'information dite *hard* se caractérise par de l'information tangible, vérifiable et quantitative, tandis que l'information dite *soft* est de nature qualitative et plus subjective (Clarkson *et al.*, 2013). La grille de codage de Clarkson *et al.* (2008) s'oriente exclusivement vers la divulgation d'information environnementale, mais, depuis, des grilles de codage pour les divulgations sociales (Sutantoputra, 2009) et économiques (Berthelot, Coulmont et Thibault, 2013) ont été créées afin de mesurer le contenu des trois volets tel que proposé par la GRI. Ainsi, comme Berthelot *et al.* (2013), nous utilisons une grille de codage qui inclut les trois volets du développement durable. La grille détaillée des éléments évalués est présentée à l'annexe 7. D'autres études ont également mesuré l'exhaustivité à l'aide des divulgations *hard* et *soft* (Bachoo *et al.*, 2013; Chung et Cho, 2018; Clarkson *et al.*, 2013; Moroney *et al.*, 2012; Plumlee *et al.*, 2015) et la conformité aux référentiels de la GRI (Hummel et Schlick, 2016; Journault et Levant, 2017; Perrault Crawford et Clark Williams, 2010; Rupley *et al.*, 2012). Ainsi, plus élevé est le pointage obtenu, plus l'information est complète ou exhaustive.

3.4.3 Les mesures des déterminants des qualités de l'information à caractère sociétal

3.4.3.1 L'image organisationnelle ($IMAGE_{ji}$)

Le premier déterminant analysé comme ayant une incidence sur les qualités de l'information sociétale est l'image organisationnelle. Pour mesurer celle-ci, la couverture médiatique est utilisée comme mesure, puisqu'elle permet d'évaluer l'abondance des médias et leur influence sur les parties prenantes (Aerts *et al.*, 2008; Berthelot *et al.*, 2003b; Boiral, 2013; Cormier *et al.*, 2009; Patten, 2002; Rupley *et al.*, 2012).

Dans le cadre de notre étude, nous utilisons, comme Bansal (2005), le quotidien *The Globe and Mail*, puisqu'il s'agit d'un journal ayant une couverture médiatique étendue des affaires canadiennes. *The Globe and Mail* est un journal papier et électronique canadien, fondé en 1844, couvrant l'actualité canadienne et mondiale (The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2018; The Globe and Mail, 2018a). De plus, depuis les seize dernières années, *The Globe and Mail* publie les Corporate Boards Games et est doté d'une politique sur la RSE (The Globe and Mail, 2010, 2018b). Nous utilisons aussi la base de données Eureka, qui comporte un répertoire de 58 237 sources reconnues (Cision Inc., 2019) afin de relever le nombre d'articles publiés sur chacune des entreprises de notre échantillon.

Par ailleurs, les travaux antérieurs soulèvent l'utilisation de différentes bases de données pour évaluer le nombre d'articles médiatiques publiés sur une entreprise, notamment ABI/Inform (Aerts et Cormier, 2009; Aerts *et al.*, 2008; Brown et Deegan, 1998; Cormier et Gomez-Gutierrez, 2018; Cormier et Magnan, 2007; Cormier *et al.*, 2005), Factiva (Brammer et Pavelin, 2008; Clarkson *et al.*, 2008) et *The Wall Street Journal* (Berrone, Fosfuri et Gelabert, 2015; Rupley *et al.*, 2012). Pour leur part, les études canadiennes soulignent l'utilisation des journaux *The Globe and Mail* et *The*

Financial Times (Bansal, 2005), le journal *Actualité Affaires* (Berthelot *et al.*, 2003b), de même que le *Canadian Business and Current Affairs* (Bewley et Li, 2000).

Dans le cadre de notre étude, nous estimons que le journal *The Globe and Mail* nous permettra de collecter suffisamment d'articles pour effectuer notre analyse de l'image organisationnelle. Afin de mesurer la couverture médiatique des entreprises dans le journal *The Globe and Mail*, nous utilisons le coefficient Janis-Fadner (1943) (Aerts et Cormier, 2009; Clarkson *et al.*, 2008; Moroney *et al.*, 2012; Rupley *et al.*, 2012). Ce coefficient permet de quantifier les événements, plutôt que de les corroborer individuellement comme dans Boiral (2013). Il permet également de distinguer la couverture médiatique positive, négative, neutre et non pertinente à l'aide de dix critères d'analyse du contenu des communications (Janis et Fadner, 1943). Ceux-ci sont présentés au Tableau 3.2. Nous présentons le coefficient J-F de la même manière que Moroney *et al.* (2012) :

$$\begin{aligned} \text{coefficient } J - F &= (e^2 - ce)/t^2 & \text{si } e > c \\ \text{coefficient } J - F &= (ec - c^2)/t^2 & \text{si } c > e \\ \text{coefficient } J - F &= 0 & \text{si } e = c \end{aligned}$$

Où e représente le nombre d'articles favorables dans l'année précédente; c le nombre d'articles défavorables; et t représente la somme totale des articles (Moroney *et al.*, 2012). Les articles neutres ne sont ni favorables ni défavorables, mais sont pertinents. Ils sont donc inclus dans t (Janis et Fadner, 1943). Le coefficient se retrouve entre -1 et 1 et permet d'accorder un indice aux articles médiatiques (Janis et Fadner, 1943; Moroney *et al.*, 2012; Rupley *et al.*, 2012).

Tableau 3.2
Les critères d'analyse de contenu des communications de Janis et Fadner (1943)

Critères
1. Le coefficient devrait toujours augmenter dans le sens positif lorsque la fréquence des unités de contenu favorable augmente.
2. Le coefficient devrait toujours augmenter dans le sens négatif lorsque la fréquence des unités de contenu défavorable augmente.
3. Le coefficient devrait toujours diminuer en valeur absolue lorsque la fréquence des unités de contenu neutre augmente.
4. Le coefficient devrait toujours diminuer en valeur absolue lorsque le contenu total augmente.
5. S'il n'y a pas de contenu pertinent, le coefficient doit être égal à zéro.
6. Si toutes les unités du contenu pertinent sont neutres, le coefficient doit être égal à zéro.
7. Si le nombre d'unités de contenu favorable est égal au nombre d'unités de contenu défavorable, le coefficient doit être égal à zéro.
8. Si le nombre d'unités de contenu favorable et défavorable n'est pas égal, le coefficient ne doit pas être égal à zéro.
9. Si tout le contenu pertinent est favorable (ou défavorable), toute variation de la fréquence des unités favorables (ou défavorables) devrait fournir une variation directement proportionnelle du coefficient.
10. S'il n'y a pas de contenu neutre, le coefficient doit varier directement en tant que rapport du favorable au défavorable, lorsque la différence entre le contenu favorable et le contenu défavorable reste constante.

Janis et Fadner (1943, p. 108-109) *traduction libre*

Parmi les autres mesures recensées pour évaluer l'image d'une entreprise, les prix et les reconnaissances accordées aux entreprises (Ball *et al.*, 2000; Boesso et Kumar, 2007; Deegan *et al.*, 2002; Du et Vieira, 2012; O'Dwyer et Owen, 2005) de même que les amendes et les pénalités reçues (Bachoo *et al.*, 2013; Pratima Bansal, 2005; Beck, Campbell et Shrives, 2010; Brammer et Pavelin, 2008) peuvent être utilisés. Néanmoins, le coefficient Janis-Fadner est plus souvent utilisé dans par les travaux antérieurs et permettra de couvrir ces différents événements, puisque ceux-ci font généralement l'objet d'annonces dans les journaux.

Les hypothèses H1a et H2a proposent que la neutralité et l'exhaustivité de l'information divulguée soient négativement liées à l'image organisationnelle des sociétés (IMAGE_{jt}). Dans cette logique, lorsque la couverture médiatique des entreprises est défavorable, les entreprises tendent à divulguer de l'information moins complète et à biais favorables afin de présenter une image sociétale favorable de l'entreprise.

3.4.3.2 *Les pratiques de Gouvernance (GOUV_{jt})*

Les travaux antérieurs soulèvent de nombreuses pratiques de gouvernance qui ont une incidence sur le reporting sociétal. Parmi celles-ci, l'indépendance des membres du conseil d'administration (Barako et Brown, 2008; Cheng et Courtenay, 2006; Htay, Rashid, Adnan et Meera, 2012; Huafang et Jianguo, 2007; Rao *et al.*, 2012; Liao, Luo et Tang, 2015; Lorenzo, Sánchez et Gallego-Álvarez, 2009; Mohd Ghazali, 2007), la présence d'un comité d'audit (Barako et Brown, 2008; Fernandez-Feijoo *et al.*, 2012; Kathy Rao *et al.*, 2012; Liao *et al.*, 2015) ainsi que la présence d'administrateurs non exécutifs (Donnelly et Mulcahy, 2008; Khan, 2010), d'un président du conseil d'administration non exécutif (Chau et Gray, 2010; Donnelly et Mulcahy, 2008), d'intérêts étrangers dans l'entreprise (Haniffa et Cooke, 2005; Huafang et Jianguo, 2007; Khan, 2010), d'intérêts des gouvernements (Said, Hj Zainuddin et Haron, 2009) et de femmes au conseil d'administration (Barako et Brown, 2008; Fernandez-Feijoo, Romero et Ruiz, 2012; Kathy Rao *et al.*, 2012; Liao *et al.*, 2015) sont liées de manière positive au reporting sociétal. Par conséquent, il semble que plusieurs mécanismes de gouvernance peuvent avoir une incidence sur la divulgation d'information à caractère sociétal. Ainsi, la mesure des pratiques de gouvernance inclura les différents mécanismes élaborés ci-haut.

Nous mesurons la gouvernance à l'aide des Corporate Board Games, une mesure notamment utilisée par Cormier et Magnan (2014a) dans leur analyse de l'incidence de la gouvernance sur la réputation éthique des entreprises. La

version 2018, provenant du Clarkson Centre for Business Ethics and Board Effectiveness à l'Université de Toronto, analyse les pratiques de gouvernance de 224 entreprises cotées à la Bourse de Toronto sur l'indice composite S&P/TSX (Globe and Mail Inc., 2017). L'analyse est divisée en quatre grandes catégories : (1) la composition du conseil d'administration; (2) l'actionnariat et la rémunération; (3) les droits des actionnaires; (4) et les divulgations.

La première catégorie est consacrée à la composition du conseil d'administration et présente de l'information quant à l'indépendance des différents membres, la présence de femmes sur le conseil d'administration et la formation offerte aux administrateurs. Cette catégorie équivaut à 34 points sur 100. La seconde catégorie comporte une valeur de 30 points sur 100 : elle concerne l'actionnariat des administrateurs et des dirigeants, de même que la rémunération des dirigeants. La troisième catégorie aborde les droits des actionnaires, dont le droit de vote et les options d'achats d'actions pour 26 points sur 100. La dernière se penche sur les divulgations liées aux actionnaires pour 10 points sur 100. Ainsi, la méthodologie du classement du *Globe and Mail*, telle que présentée à l'annexe 9, semble couvrir plusieurs des mesures utilisées par les travaux antérieurs. Les résultats du Corporate Board Games sont présentés à l'annexe 10. Plus le pointage obtenu est élevé, plus les entreprises adoptent des pratiques de gouvernance reconnues.

Les hypothèses H1b et H2b proposent que la neutralité et l'exhaustivité de l'information divulguée soient positivement liées aux pratiques de gouvernance reconnues des sociétés ($GOUV_{jt}$). Dans cette logique, lorsque les entreprises adoptent des pratiques de gouvernance reconnues, elles tendent à divulguer de l'information neutre et complète.

3.4.3.3 Le narcissisme managérial ($NARC_{jt}$)

En psychologie, le *Narcissistic Personality Inventory* (NPI) établi par Raskin et Hall (1979) est un modèle utilisé pour étudier les comportements narcissiques des individus à l'aide de questionnaires et d'observations. La validité du NPI a d'ailleurs été démontrée par de nombreuses études en psychologie (Emmons, 1984, 1987; Raskin et Shaw, 1988; R. Raskin et Terry, 1988). Toutefois, dans un contexte organisationnel, il n'est pas possible d'évaluer individuellement les PDG par des questionnaires et des observations pour déterminer leurs traits narcissiques (Capalbo *et al.*, 2018; Marquez-Illescas *et al.*, 2018). Pour ce faire, le NPI modifié est soulevé par les études organisationnelles comme étant une mesure non intrusive du narcissisme managérial (Capalbo *et al.*, 2018; Chatterjee et Hambrick, 2007, 2011; Johnson *et al.*, 2013; Marquez-Illescas *et al.*, 2018; Petrenko *et al.*, 2016; Rijsenbilt et Commandeur, 2013; Wales *et al.*, 2013).

Parmi les différentes méthodes d'application du NPI modifié, Petrenko *et al.* (2016) utilisent un échantillon de vidéos des PDG disponibles publiquement, tandis que d'autres utilisent le Bloomberg Transcripts of Earnings Releases (Capalbo *et al.*, 2018) et les journaux reconnus (Tang *et al.*, 2015) pour étudier les paroles des PDG. Néanmoins, la mesure non intrusive du narcissisme managérial la plus utilisée est celle de Chatterjee et Hambrick (2007) (Chatterjee et Hambrick, 2011; Johnson *et al.*, 2013; Marquez-Illescas *et al.*, 2018; Rijsenbilt et Commandeur, 2013).

Nous optons pour la mesure proposée par Chatterjee et Hambrick (2007), en raison de son utilisation des différents rapports disponibles publiquement. Néanmoins, la variable (3) *Utilisation par le PDG de pronoms à la première personne lors d'entretiens* n'est pas collectée par les bases de données canadiennes. La méthodologie proposée est présentée au Tableau 3.3 de même que les sources d'information utilisées dans le cadre de notre étude.

Tableau 3.3
Mesure du narcissisme managérial selon Chatterjee et Hambrick (2007)

Indicateurs	Définition	Mesures utilisées par Chatterjee et Hambrick (2007)	Sources d'informations adaptées à l'étude	Variables utilisées dans les modèles de régression	Interprétation
(1) Importance de la photo du PDG dans le rapport annuel de la société;	4 points – photo du PDG seul(e) et occupant plus d'une demi-page 3 points – photo du PDG seul(e) et occupant moins d'une demi-page 2 points – PDG photographié avec un(e) ou plusieurs autres dirigeant(es) 1 point – aucune photo du PDG	Rapport annuel de la société	Rapport annuel de la société	PHOTO _{jt}	Plus la photo du PDG a de l'importance dans le rapport annuel, plus le PDG est dit narcissique.
(2) Importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société;	Nombre de mentions du nom du PDG divisé par le nombre total de mots (en milliers) dans tous les communiqués de presse de la société.	Communiqués de presse de la société	Communiqués de presse de la société	COMM _{jt}	Plus le PDG est mentionné dans les communiqués de presse, plus le PDG est dit narcissique.
(3) Utilisation par le PDG de pronoms à la première personne lors d'entretiens;	Pourcentage des pronoms à la première personne utilisés par le PDG dans les entretiens avec les journalistes ou analystes financiers. $\frac{\sum n(I, me, my, mine, myself)}{\sum n(I, me, my, mine, myself, we, us, our, ours, ourselves)}$	Lexis-Nexis Database - Wall Street Transcript	Ne peut être collectée sans l'accès à des bases de données spécifiques	n.a.	n.a.
(4) Rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société;	Rémunération en espèces (salaires et bonis) divisée par la rémunération en espèce du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société.	Execucomp database	Circulaires de la direction	ESP _{jt}	Plus la rémunération en espèces du PDG est élevée comparativement au deuxième dirigeant le mieux rémunéré, plus le PDG est dit narcissique.
(5) Rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société.	Rémunération hors espèce (produits différés, actions, options d'achats d'actions) divisée par la rémunération hors espèce du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société.	Execucomp database	Circulaires de la direction	HORSESP _{jt}	Plus la rémunération hors espèces du PDG est élevée comparativement au deuxième dirigeant le mieux rémunéré, plus le PDG est dit narcissique.

Adapté de Chatterjee et Hambrick (2007 p. 363-365). *traduction libre*

Les hypothèses H1c et H2c proposent que la neutralité et l'exhaustivité de l'information divulguée soient négativement liées à l'occurrence de hauts dirigeants narcissiques ($NARC_{jt}$). Dans cette logique, lorsque la haute direction est dite narcissique, les entreprises tendent à divulguer de l'information moins complète et à biaiser favorables afin de présenter une image sociétale favorable de l'entreprise.

3.4.3.4 Les mesures de la Financiarisation (FIN_{jt})

Notre mesure de l'occurrence de comportements court-termistes repose sur des mesures peu explorées dans la littérature. La financiarisation se définit comme un phénomène où les intérêts des investisseurs sont orientés vers le secteur financier et la maximisation de la valeur actionnariale (Epstein, 2005; Graham, Harvey et Rajgopal, 2005; Laurin-Lamothe et L'Italien, 2015; Palley, 2013). Dans cette perspective, les dirigeants sont préoccupés par l'atteinte des objectifs à court terme, tels que les prévisions des analystes. Celles-ci peuvent être établies par des groupes d'analystes qui évaluent certaines informations disponibles sur les marchés financiers. Selon Blouin (2012) et Muslu *et al.* (2019), les analystes prennent aussi en compte les informations autres que financières dans l'établissement de leurs prévisions. La précision de ces prévisions dépend notamment des informations fournies (Driver et Guedes, 2017; Ledoux, Cormier et Houle, 2014; Kanagaretnam, Lobo et Mathieu, 2012; Wong et Zhang, 2014; Yan, Aerts et Thewissen, 2019). Dans cette logique, nous supposons que lorsque les entreprises atteignent les prévisions des analystes, il s'agit d'un indicateur potentiel de manipulations pour atteindre les objectifs financiers à court terme. Les trois mesures de la financiarisation sont les suivantes :

1. $FINBN_{jt}$ est mesurée par le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers, cette mesure est similaire à Driver et Guides (2017);
2. $FINBPA_{jt}$ est le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers, cette mesure

est similaire à García-Sánchez *et al.* (2019), Kanagaretman *et al.* (2012), Yan *et al.* (2019) et Whang et Zhang (2014);

3. $FINQR_{jt}$ représente les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net (ratio de la qualité des résultats comptables). Lorsque le ratio est supérieur à un, le bénéfice est dit conservateur. À l’opposé, s’il est inférieur à un, il y a une présence potentielle de gestion des bénéfices qui vise à accroître les bénéfices déclarés.

Tableau 3.4
Les mesures de la financiarisation

Variables de la financiarisation	Calcul de la mesure	Interprétation
FINBPA _{jt}	$\frac{ BPA \text{ selon les états financiers} - \text{prévisions des analystes du BPA} }{\text{prévisions des analystes du BPA}}$	Lorsque le ratio s'approche de zéro, il n'y a pas de raison de croire que les dirigeants manipulent les états financiers pour atteindre les prévisions annuelles des analystes. Plus le ratio est élevé, plus il y a une différence entre les états financiers et les prévisions annuelles des analystes. Ceci peut être une tentative de manipulation financière des dirigeants.
FINBN _{jt}	$\frac{ BN \text{ selon les états financiers} - \text{prévisions des analystes du BN} }{\text{prévisions des analystes du BN}}$	Lorsque le ratio s'approche de zéro, il n'y a pas de raison de croire que les dirigeants manipulent les états financiers pour atteindre les prévisions annuelles des analystes. Plus le ratio est élevé, plus il y a une différence entre les états financiers et les prévisions annuelles des analystes. Ceci peut être une tentative de manipulation financière des dirigeants.
FINQR _{jt}	$\text{Flux de trésorerie opérationnels} \div BN$	Lorsque le ratio est supérieur à un, le bénéfice est dit conservateur. À l'opposé, s'il est inférieur à un, il y a une présence potentielle de gestion des bénéfices qui vise à accroître les bénéfices déclarés.

Gosselin (2021)

Les hypothèses H1d et H2d proposent que la neutralité et l'exhaustivité de l'information divulguée soient négativement liées à l'occurrence d'agissements court-termistes des sociétés (FIN_{jt}). Ainsi, lorsque les entreprises adoptent des comportements court-termistes, les entreprises tendent à divulguer de l'information moins complète et à biais favorables afin de présenter une image sociétale favorable de l'entreprise.

3.4.4 Les variables de contrôle

Les variables de contrôle dans le cadre de notre étude sont issues des travaux antérieurs. Elles sont susceptibles d'avoir une incidence sur les relations étudiées. Pour certaines variables, comme la taille et la profitabilité, nous utilisons plusieurs mesures afin d'assurer la robustesse de nos résultats.

3.4.4.1 Le format du reporting sociétal (GRI_{jt})

Une variable de contrôle est proposée pour tenir compte du format du reporting sociétal, puisque différents types de rapports sociétaux ont été collectés dans le cadre de notre étude. Le format du rapport sociétal est une variable d'intérêt, puisque les travaux antérieurs semblent indiquer que certaines formes fournissent plus d'informations quantitatives que les autres types de rapports (Depoers *et al.*, 2016). D'autres travaux démontrent par ailleurs les lacunes des rapports GRI, telles qu'un manque de spécificité et d'exhaustivité (Boiral, 2013; Boiral et Henri, 2017; Journault et Levant, 2017; Michelon *et al.*, 2015; Nik Ahmad et Hossain, 2019; Talbot et Boiral, 2018). Il semble donc important de contrôler l'effet du format du rapport dans nos modèles. Dans le contexte à l'étude, peu de formes de reporting sociétal sont notées, outre la GRI. Ainsi, la variable GRI_{jt} sera notée 1 si le rapport sociétal suit les lignes directrices de la GRI, sinon elle sera notée 0.

3.4.4.2 Les comités de gouvernance liés à la RSE ($CRSE_{jt}$)

Certaines études suggèrent que la présence d'un comité de gouvernance lié à la RSE améliore la crédibilité de l'assurance du reporting sociétal, puisqu'il assure un contrôle sur la divulgation sociétale (Kend, 2015; Rossi et Tarquinio, 2017). De même, la présence de ce comité est associée à l'exhaustivité de l'information (Amran *et al.*, 2014; Katmon *et al.*, 2019) et à la mise en place de mesures de performance pour établir la rémunération du PDG (Al-Shaer et Zaman, 2019). À l'instar de Kend (2015), Rossi et Tarquinio (2017) et Amran *et al.* (2014), nous estimons que la présence d'un de ces comités peut être positivement liée aux qualités de l'information sociétale. Cette variable prend une valeur de 1 si l'un de ces comités est présent et de 0 dans le cas opposé (Amran *et al.*, 2014; Kend, 2015; Rossi et Tarquinio, 2017).

3.4.4.3 L'audit par un Big 4 ($BIG4_{jt}$)

Plusieurs entreprises obtiennent un audit de leurs divulgations sociétales par un Big 4 (Al-Shaer & Zaman, 2019; P. Clarkson *et al.*, 2019; Maroun, 2019a; Pucheta-Martínez *et al.*, 2019; Sierra *et al.*, 2013; Zorio *et al.*, 2013) et certaines études suggèrent que l'audit est lié à un niveau d'assurance plus élevé. Néanmoins, plusieurs études démontrent l'inverse, indiquant que l'expertise en comptabilité n'est pas liée à une meilleure qualité de l'assurance du reporting sociétal (Boiral & Heras-Saizarbitoria, 2020; Gürtürk & Hahn, 2016; Hodge *et al.*, 2009; Moroney *et al.*, 2012; O'Dwyer & Owen, 2005). De même, il se peut que l'obtention d'un audit soit liée à la commercialisation de l'assurance (Hickman & Cote, 2019), où les Big 4 voient l'assurance de l'information sociétale comme une opportunité de facturation supplémentaire (Boiral *et al.*, 2018; Boiral & Heras-Saizarbitoria, 2020). Ainsi, nous estimons que l'assurance par un Big 4 peut être associée aux qualités de l'information sociétale. À l'instar de Mohammed *et al.* (2016) et Rossi et Tarquinio (2017), cette variable prend une valeur de 1 si l'entreprise obtient un audit par un Big 4 et de 0 dans le cas opposé.

3.4.4.4 La taille ($TAILLE_{jt}$)

La taille peut avoir une incidence sur la décision des entreprises à divulguer de l'information à caractère sociétal (Bollas-Araya *et al.*, 2019; C. H. Cho, Michelon, *et al.*, 2015; Dyduch & Krasodomska, 2017; Fernandez-Feijoo *et al.*, 2014a, 2014b; Patten, 2002; Thorne *et al.*, 2014), sur le volume de divulgations sociétales (Cho, Michelon *et al.*, 2015; Cormier et Magnan, 2003; Patten, 2002) et sur le choix d'obtenir de l'assurance pour ces divulgations (De Beelde et Tuybens, 2015b; Moroney *et al.*, 2012; Rossi et Tarquinio, 2017; Ruhnke et Gabriel, 2013; Simnett *et al.*, 2009). De même, selon Bachoo *et al.* (2013), la taille d'une entreprise est associée aux qualités de l'information sociétale. À l'inverse, Fernandez-Feijoo *et al.* (2014a) démontrent que même si les grandes entreprises présentent plus de divulgations, celles-ci sont moins crédibles. Ainsi, nous estimons que la taille peut avoir des répercussions sur les qualités de l'information sociétale divulguée. Les données financières seront recueillies dans Research Insight – Compustat. Ce faisant, l'inclusion de cette variable nous permettra de considérer l'incidence de la taille sur les qualités de l'information divulguée. À l'instar des travaux antérieurs soulevés sur les déterminants de la qualité de l'information à caractère sociétal, nous mesurons la taille d'une entreprise à l'aide des manières suivantes :

4. Le total des actifs ($ACTIFS_{jt}$) : (De Beelde et Tuybens, 2015b; Bachoo *et al.*, 2013; Cormier et Magnan, 2003; Lanis et Richardson, 2012b; Mohammed *et al.*, 2016; Moroney *et al.*, 2012; Rossi et Tarquinio, 2017; Ruhnke et Gabriel, 2013), où la taille a une incidence significative sur le choix d'obtenir un audit pour accroître la crédibilité du reporting sociétal (Moroney *et al.*, 2012; Rossi et Tarquinio, 2017; Ruhnke et Gabriel, 2013) et sur la qualité des divulgations (De Beelde et Tuybens, 2015b).
5. Les revenus (REV_{jt}) : (Cho, Laine *et al.*, 2015; Chatterjee et Hambrick, 2007; Patten, 2002; Simnett *et al.*, 2009), où la taille a une incidence significative sur l'étendue de divulgations sociétales (Patten, 2002) et l'obtention d'assurance (Simnett *et al.*, 2009).

3.4.4.5 La profitabilité ($PROFIT_{jt}$)

Nous estimons que la profitabilité des entreprises peut avoir une incidence sur les qualités de l'information à caractère sociétal, puisque celles-ci peuvent tenter de présenter une performance supérieure par leurs divulgations (Clarkson, Li, Richardson et Vasvari, 2008; Cormier et Magnan, 2003; Dawkins et Fraas, 2011; Griffin et Sun, 2013; Widiarto Sutantoputra, 2009). De même, lorsque la performance financière (Abu Bakar et Ameer, 2011; Beuselinck *et al.*, 2018) et la performance sociétale (Abu Bakar et Ameer, 2011) sont faibles, les entreprises peuvent être tentées de masquer la situation. Ainsi, nous estimons que la profitabilité peut être associée aux qualités de l'information sociétale. À l'instar des travaux antérieurs mentionnés au sujet des déterminants des qualités de l'information sociétale divulguée, nous mesurons la profitabilité ($PROFIT_{jt}$) à l'aide des ratios financiers suivants :

1. Le rendement des actifs ou *Return on Assets* (ROA_{jt}) (Abu Bakar et Ameer, 2011; Capalbo *et al.*, 2018; Chatterjee et Hambrick, 2007; Ruhnke et Gabriel, 2013), où Capalbo *et al.* (2018) et Chatterjee et Hambrick (2007) démontrent que le ROA est positivement associé à des manipulations de l'information.
2. La comparaison de la valeur comptable à la valeur du marché ou *Market-to-Book* ($MtoB_{jt}$) (Bachoo *et al.*, 2013; Capalbo *et al.*, 2018; Clarkson *et al.*, 2008; Lanis et Richardson, 2012a), où Bachoo *et al.* (2013) démontrent que ce ratio est positivement associé à la qualité (exhaustivité) de l'information sociétale.

3.4.4.6 Le secteur d'activité des entreprises (MAN_{jt} , MAT_{jt} , $ENER_{jt}$)

Les entreprises qui évoluent dans certaines industries, telles que l'industrie minière, l'énergie, les produits manufacturiers et les services publics, tendent à divulguer de l'information à caractère sociétal (Bollas-Araya *et al.*, 2019; N. Brown & Deegan, 1998; Chan *et al.*, 2014; C. H. Cho, Michelon, *et al.*, 2015; Chung & Cho, 2018; Dyduch & Krasodomska, 2017; Gray *et al.*, 2001; Patten, 2002; Simnett *et al.*, 2009). De même, celles-ci ont tendance à obtenir de l'assurance pour ce reporting (Rossi et Tarquinio, 2017). Ainsi, nous estimons que l'industrie dans laquelle évolue une entreprise peut avoir une incidence sur les qualités de l'information sociétale

divulguée. Néanmoins, nous ne pouvons prédire le sens de ce lien, puisque ces études s'intéressent à la divulgation d'information à caractère sociétal plutôt qu'à la qualité. Ainsi, des variables dichotomiques de contrôle seront ajoutées à nos modèles pour les industries les plus représentées dans notre échantillon. MAN_{jt} est une variable de contrôle pour le secteur manufacturier; MAT_{jt} est une variable de contrôle pour le secteur des matériaux; $ENER_{jt}$ est une variable de contrôle pour le secteur de l'énergie.

3.4.4.7 L'année couverte par le rapport sociétal ($Année_{jt}$)

L'échantillon sélectionné comprend les rapports sociétaux couvrant une seule période, soit les années 2016, 2017 et 2018. Nous devons donc contrôler l'effet du temps dans nos modèles de régression (García-Sánchez *et al.*, 2019; Melloni *et al.*, 2017; Nazari *et al.*, 2017). Ainsi, des variables dichotomiques seront ajoutées aux modèles de régression pour contrôler l'effet de l'année, soit : $A2016_{jt}$ et $A2017_{jt}$.

3.5 LES VARIABLES QUI COMPOSENT LE MODÈLE 3 : VÉRIFIABILITÉ DE L'INFORMATION À CARACTÈRE SOCIÉTAL

Dans le cadre de notre troisième modèle, la vérifiabilité est analysée. Rappelons que l'équation de régression servant à vérifier les hypothèses posées se présente comme suit :

$$(1) VERIF_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 DET_{jt} + \alpha_2 GRI_{jt} + \alpha_3 AUDIT_{jt} + \alpha_4 CRSE_{jt} + \alpha_5 BIG4_{jt} + \alpha_6 TAILLE_{jt} + \alpha_7 PROFIT_{jt} + \alpha_8 MAN_{jt} + \alpha_9 MAT_{jt} + \alpha_{10} ENER_{jt} + \alpha_{11} A2016_{jt} + \alpha_{12} A2017_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

Où

$VERIF_{jt}$ = vérifiabilité de l'information sociétale de l'entreprise j au temps t;

DET_{jt} = le déterminant de la qualité, mesuré avec les variables pour chacune des hypothèses :

- $IMAGE_{jt}$ = mesure de l'image organisationnelle de l'entreprise j au temps t;
- $GOUV_{jt}$ = mesure des pratiques de gouvernance reconnues des sociétés de l'entreprise j au temps t;

GRI_{jt} = mesure de la conformité à la Global Reporting Initiative (GRI) de l'entreprise j au temps t;

$AUDIT_{jt}$ = mesure de l'obtention d'un audit de l'information sociétale de l'entreprise j au temps t;

$CRSE_{jt}$ = mesure de la présence d'un comité de gouvernance lié à la RSE de l'entreprise j au temps t;

$BIG4_{jt}$ = mesure de l'obtention d'un audit de l'information sociétale par un grand cabinet comptable (Big4) de l'entreprise j au temps t;

$TAILLE_{jt}$ = mesure de la taille de l'entreprise de l'entreprise j au temps t;

$PROFIT_{jt}$ = mesure de la profitabilité de l'entreprise de l'entreprise j au temps t;

MAN_{jt} = mesure des entreprises qui font partie du secteur manufacturier de l'entreprise j au temps t;

MAT_{jt} = mesure des entreprises qui font partie du secteur des matériaux de l'entreprise j au temps t;

$ENER_{jt}$ = mesure des entreprises qui font partie du secteur de l'énergie de l'entreprise j au temps t;

$A2016_{jt}$ = mesure des rapports sociétaux des entreprises produits en 2016 de l'entreprise j au temps t;

$A2017_{jt}$ = mesure des rapports sociétaux des entreprises produits en 2017 de l'entreprise j au temps t;

3.5.1 Les mesures de la Vérifiabilité ($VERIF_{jt}$)

L'assurance du reporting sociétal est utilisée pour mesurer la vérifiabilité, puisqu'il n'est pas possible d'accéder aux données internes des entreprises. La mesure choisie est celle de Perego et Kolk (2012) : il s'agit d'une version modifiée de la mesure

établie par O'Dwyer et Owen (2005). Celle-ci permet, entre autres, d'évaluer la qualité des rapports d'assurance et se base sur des éléments de la GRI, de l'AA1000 et de la FEE afin d'établir des critères de codage (Bollas-Araya *et al.*, 2019; Gürtürk & Hahn, 2016; P Perego, 2009; Paolo Perego & Kolk, 2012). Au total, 19 éléments sont analysés pour un total de 24 points, y compris la responsabilité de l'auditeur et de l'entreprise, de même que les travaux effectués. Ainsi, plus le rapport d'audit est exhaustif, plus l'information devrait être vérifiable. L'annexe 8 présente cette mesure.

Les travaux antérieurs qui se sont intéressés à l'audit des divulgations d'informations sociétales ont mesuré l'audit par l'entremise d'entrevues avec les fournisseurs d'assurance (Green et Taylor, 2013), d'analyses individuelles du contenu des rapports d'assurance (Ball *et al.*, 2000) ou par l'utilisation des normes ISAE 3000 et AA1000AS (Rossi et Tarquinio, 2017). Néanmoins, parmi les mesures relevées, l'analyse de contenu de Perego et Kolk (2012) semble la plus exhaustive pour examiner la vérifiabilité de l'information à caractère sociétal, puisqu'elle aborde les procédures effectuées par les auditeurs (Perego *et al.*, 2009).

En ce qui concerne les mesures des variables indépendantes et des variables de contrôle, celles-ci utilisent les mêmes mesures qui ont été présentées dans le modèle 1 : neutralité et le modèle 2 : exhaustivité de la section 20.1. Dans le cadre, du modèle de régression de la vérifiabilité, les variables indépendantes qui composent le modèle sont l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$) et l'adoption de pratiques de gouvernance reconnues ($GOUV_{jt}$). L'hypothèse H3a propose que la vérifiabilité de l'information divulguée soit liée à l'image organisationnelle des sociétés. Dans cette logique, la couverture médiatique ($IMAGE_{jt}$) des entreprises devrait avoir une influence sur la vérifiabilité de l'information sociétale. Pour sa part, l'hypothèse H3b propose que la vérifiabilité de l'information divulguée soit positivement liée aux pratiques de gouvernance reconnues des sociétés ($GOUV_{jt}$). Ainsi, lorsque les entreprises adoptent des pratiques de gouvernance reconnues, elles tendent à divulguer de l'information vérifiable.

3.6 LES VARIABLES QUI COMPOSENT LE MODÈLE 4 : OBFUSCATION ET LE MODÈLE 5 : LISIBILITÉ DE L'INFORMATION À CARACTÈRE SOCIÉTAL

3.6.1 Les mesures de la compréhensibilité

La troisième qualité de l'information mesurée est la compréhensibilité. Parmi les mesures utilisées dans les travaux antérieurs, l'analyse individuelle des rapports sociétaux révèle que les divulgations fournies sont nombreuses, mais partiellement informatives, ce qui nuit à la compréhension de la situation globale (Hubbard, 2011). Nous mesurons donc la compréhensibilité à l'aide de l'obfuscation et de la lisibilité.

Dans le cadre de l'analyse la compréhensibilité, le modèle 4 : obfuscation et le modèle 5 : lisibilité, font l'objet de nos analyses. Rappelons que les équations de régression servant à vérifier les hypothèses posées se présentent comme suit :

$$(5) OBF_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 DET_{jt} + \alpha_2 GRI_{jt} + \alpha_3 AUDIT_{jt} + \alpha_4 CRSE_{jt} + \alpha_5 BIG4_{jt} + \alpha_6 TAILLE_{jt} + \alpha_7 PROFIT_{jt} + \alpha_8 MAN_{jt} + \alpha_9 MAT_{jt} + \alpha_{10} ENER_{jt} + \alpha_{11} A2016_{jt} + \alpha_{12} A2017_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

$$(6) LISI_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 DET_{jt} + \alpha_2 GRI_{jt} + \alpha_3 AUDIT_{jt} + \alpha_4 CRSE_{jt} + \alpha_5 BIG4_{jt} + \alpha_6 TAILLE_{jt} + \alpha_7 PROFIT_{jt} + \alpha_8 MAN_{jt} + \alpha_9 MAT_{jt} + \alpha_{10} ENER_{jt} + \alpha_{11} A2016_{jt} + \alpha_{12} A2017_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

Où

OBF_{jt} = obfuscation de l'information sociétale de l'entreprise j au temps t;

$LISI_{jt}$ = lisibilité de l'information sociétale de l'entreprise j au temps t;

DET_{jt} = le déterminant de la qualité, mesuré avec les variables pour chacune des hypothèses :

- $IMAGE_{jt}$ = mesure de l'image organisationnelle de l'entreprise j au temps t;
- FIN_{jt} = mesure de la financiarisation de l'entreprise j au temps t;

GRI_{jt} = mesure de la conformité à la Global Reporting Initiative (GRI) de l'entreprise j au temps t;

AUDIT_{jt} = mesure de l'obtention d'un audit de l'information sociétale de l'entreprise j au temps t;

CRSE_{jt} = mesure de la présence d'un comité de gouvernance lié à la RSE de l'entreprise j au temps t;

BIG4_{jt} = mesure de l'obtention d'un audit de l'information sociétale par un grand cabinet comptable (Big4) de l'entreprise j au temps t;

TAILLE_{jt} = mesure de la taille de l'entreprise de l'entreprise j au temps t;

PROFIT_{jt} = mesure de la profitabilité de l'entreprise de l'entreprise j au temps t;

MAN_{jt} = mesure des entreprises qui font partie du secteur manufacturier de l'entreprise j au temps t;

MAT_{jt} = mesure des entreprises qui font partie du secteur des matériaux de l'entreprise j au temps t;

ENER_{jt} = mesure des entreprises qui font partie du secteur de l'énergie de l'entreprise j au temps t;

A2016_{jt} = mesure des rapports sociétaux des entreprises produits en 2016 de l'entreprise j au temps t;

A2017_{jt} = mesure des rapports sociétaux des entreprises produits en 2017 de l'entreprise j au temps t;

3.6.2 Les mesures de l'obfuscation (OBF_{jt})

Selon les travaux antérieurs, la distorsion peut permettre d'analyser les images et les graphiques visant à améliorer la présentation des résultats obtenus par l'obfuscation de certaines informations (Beattie et Jones, 2008; Brennan, Guillaumon-Saorin et Pierce, 2009; Cho, Michelon *et al.*, 2012; Riley et Yen, 2019; Solomon *et al.*, 2013). Ainsi, comme Cho, Michelon *et al.* (2012) et Beattie et Jones (2008, 2000, 1992), l'obfuscation est mesurée à l'aide de la distorsion des graphiques. À l'instar de Cho, Michelon *et al.* (2012, p. 81-82), nous utilisons le *Relative Graph Discrepancy*

index (RGD) développé par Mather, Mather et Ramsay (2005) qui aborde les limites de la mesure établie par Beattie et Jones (2008, 2000, 1992).

Le RDG est une mesure comparative, qui utilise la première donnée et la hauteur de la première colonne du graphique pour déterminer de quelle hauteur la dernière colonne devrait être (*traduction libre*).

$$RGD = \frac{g_2 - g_3}{g_3}, \text{ où } g_3 = \frac{g_1}{d_1} * d_2$$

Où comme décrit par Mather *et al.* (2005) et Cho, Michelon *et al.* (2012) :

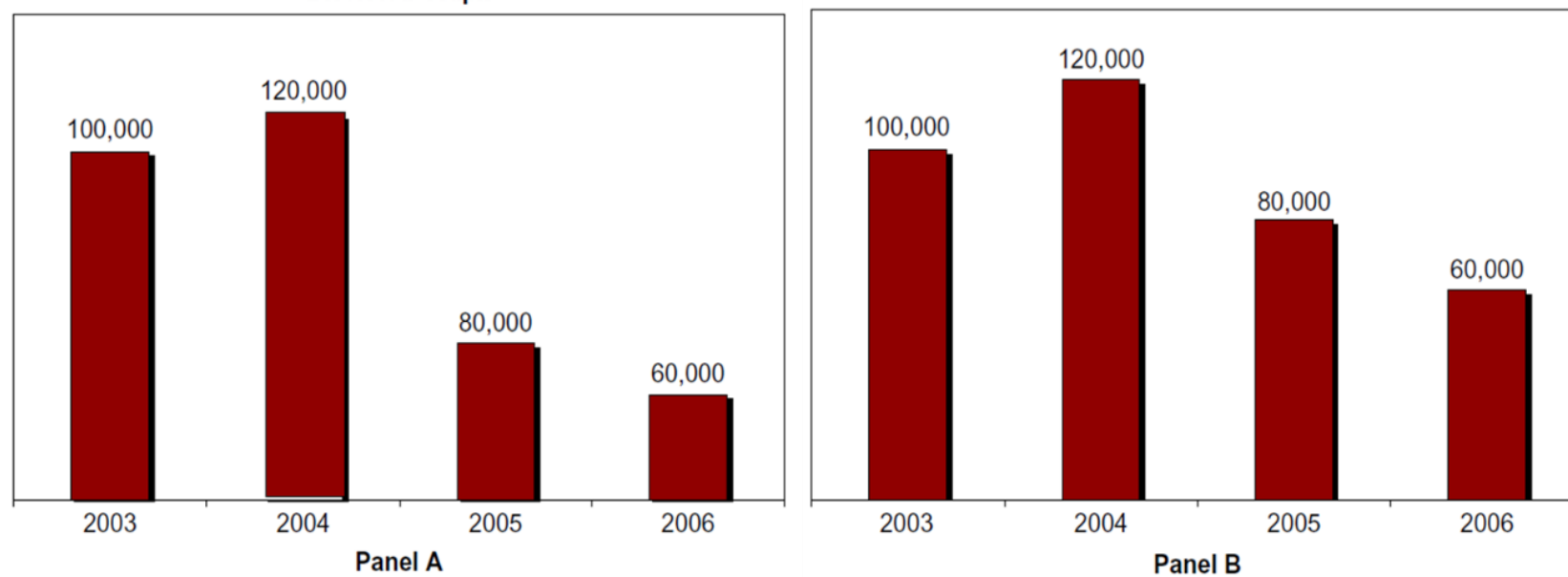
Tableau 3.5
Les variables du modèle RGD

g_2	Hauteur de la dernière colonne du graphique
g_3	Hauteur tracée prévue correcte de la dernière colonne
g_1	Hauteur de la première colonne du graphique
d_1	Valeur de la première donnée correspondant à la première colonne
d_2	Valeur de la dernière donnée correspondant à la dernière colonne

Adapté et traduit de Mather *et al.* (2005) présenté dans Cho, Michelon *et al.* (2012, p. 81-82).

De plus, suivant les analyses effectuées par Cho, Michelon *et al.* (2012) et Mather *et al.* (2005), nous établissons le seuil de distorsion significative à 2,5 %. Un exemple de graphique faisant preuve de distorsions et d'un graphique sans distorsions est présenté à la Figure 3.1. Le premier graphique à gauche (Panel A) présente des distorsions, puisque la hauteur de la dernière colonne n'est pas représentative de l'échelle de mesure. Dans cette situation, l'objectif est de projeter l'image d'une grande amélioration (Cho, Michelon *et al.*, 2012). Pour sa part, le second graphique à droite (Panel B) ne présente pas de distorsions.

Figure 3.1
Exemple d'un graphique faisant preuve de distorsion et d'un graphique sans distorsion



Cho, Michelin *et al.* (2012, p. 83)

Dans cette logique, plus les graphiques font preuve de distorsions, plus les entreprises manipulent l'information afin de présenter l'image désirée de leur performance sociétale. Ainsi, plus le pourcentage de distorsions moyen (en valeur absolue) est élevé, moins l'information sera compréhensible.

3.6.3 Les mesures de la lisibilité (LISI_{jt})

La seconde mesure de la compréhensibilité est la lisibilité. Malgré les critiques relatives aux mesures de lisibilité, celles-ci permettent d'analyser la difficulté de lecture d'un document en analysant la longueur des mots et des phrases (Adelberg, 1979; du Toit, 2017; Jones et Shoemaker, 1994; Loughran et McDonald, 2014). Les travaux antérieurs en sciences comptables s'étant intéressés à la lisibilité de l'information sociétale relèvent l'utilisation de plusieurs outils issus de la psychologie dont : le Flesch Reading Ease par Flesch (1948) (Abu Bakar & Ameer, 2011; Bacha & Ajina, 2019; Barkemeyer *et al.*, 2014; Courtis, 1998; du Toit, 2017; Fisher *et al.*, 2019; Nazari *et al.*, 2017; Richards & van Staden, 2015; Schroeder & Gibson, 1990; M. Smith & Taffler, 1992; Stone & Lodhia, 2019; Wang *et al.*, 2018); le Flesch-Kincaid Grade Level par Kincaid, Fishburne, Rogers et Chissom (1975) (du Toit, 2017; Fisher *et al.*, 2019; Nazari *et al.*, 2017; Stone & Lodhia, 2019; Wang *et al.*, 2018); l'index Fog de Gunning (1952, 1969) (Bacha & Ajina, 2019; Fisher *et al.*, 2019; Kent *et al.*, 2018; Loughran & McDonald, 2014; Melloni *et al.*, 2017; Nazari *et al.*, 2017; Richards & van Staden, 2015; M. Smith & Taffler, 1992; Stone & Lodhia, 2019; Wang *et al.*, 2018); et l'indice du SMOG de Mc Laughlin (1969) (Fisher *et al.*, 2019; Muslu *et al.*, 2019; Nazari *et al.*, 2017; Richards et van Staden, 2015). Ces outils sont sélectionnés comme la seconde mesure de la compréhensibilité, notamment parce que l'utilisation de quatre outils permettra d'assurer la validité des résultats obtenus.

Afin de mesurer la lisibilité, l'outil <https://readable.com/> est utilisé puisqu'il permet d'analyser des documents PDF, des documents Word et des pages web à l'aide

de plusieurs indices de lisibilité, dont le Flesch Reading Ease, le Flesch-Kincaid Grade Level, le Gunning Fog et le SMOG (Readable.com, 2019). Cet outil fournit également des données relatives au nombre de phrases et de mots ainsi qu'à la complexité globale d'un texte. Le Tableau 3.6 vient résumer la méthodologie de chaque outil de lisibilité utilisé dans le cadre de notre étude.

Tableau 3.6
Les outils de lisibilité utilisés dans le cadre de notre étude

Outil	Définition	Formule	Échelle		Références	Interprétation
Flesch Reading Ease (Flesch, 1948)	Indice de lisibilité qui prend en compte le nombre total de mots, de phrases et de syllabes. Le pointage s'établit entre 0 et 100, où les éléments près de 0 sont difficiles à lire, tandis que les éléments s'approchant de 100 sont jugés faciles à lire (<i>traduction libre</i> de Richards et van Staden, 2015 p. 302).	$\text{Flesch Reading Ease} = 206,835 - 1,015(\text{total des mots}/\text{total des phrases}) - 84,6(\text{total des syllabes}/\text{Total des mots})$	0 à 30 30 à 50 50 à 60 60 à 70 70 à 80 80 à 90 90 à 100	Très difficile Difficile Assez difficile Standard Assez Facile Facile Très facile	(Flesch, 1948; Readable.com, 2019; Richards et van Staden, 2015)	Échelle croissante de la difficulté de lecture.
Flesch-Kincaid Grade Level (Kincaid <i>et al.</i> , 1975)	Modifications du Flesch Reading Ease afin d'évaluer la lisibilité à l'aide du nombre d'années de scolarité. Par exemple, le niveau 18 indique une éducation de niveau maîtrise (<i>traduction libre</i> de Richards et van Staden, 2015 p. 302).	$\text{Flesch-Kincaid Grade Level} = 0,39(\text{total des mots}/\text{total des phrases}) + 11,8(\text{total des syllabes}/\text{total des mots}) - 15,59$	Indique le nombre d'années de scolarité		(Kincaid <i>et al.</i> , 1975; Readable.com, 2019; Richards et van Staden, 2015)	Échelle décroissante de la difficulté de lecture.
Gunning Fog (Gunning, 1952)	Indice qui prend en compte le nombre total de mots, le nombre de mots avec trois syllabes ou plus et le nombre total de phrases, les résultats étant interprétés par le nombre d'années de scolarité (<i>traduction libre</i> de Richards et van Staden, 2015 p. 302-303).	$\text{Gunning Fog} = 0,4 \times [(\text{total des mots}/\text{total des phrases}) + 100(\text{mots complexes}/\text{total des mots})]$	Indique le nombre d'années de scolarité		(Gunning, 1952, 1969; Readable.com, 2019; Richards et van Staden, 2015)	Échelle décroissante de la difficulté de lecture.

Indice SMOG (Mc Laughlin, 1969)	Indice qui prend en compte le nombre total de phrases, le nombre de mots avec trois syllabes ou plus, les résultats étant interprétés par le nombre d'années de scolarité (<i>traduction libre</i> de Richards et van Staden, 2015 p. 303).	SMOG = 1,0430 X $\sqrt{\frac{\text{nombre de mots polysyllabiques}}{\text{nombre de phrases}}}$	Indique le nombre d'années de scolarité	(Mc Laughlin, 1969; Readable.com, 2019; Richards et van Staden, 2015)	Échelle décroissante de la difficulté de lecture.
---	--	---	---	---	---

Gosselin (2021)

En ce qui concerne les mesures des variables indépendantes et des variables de contrôle, celles-ci utilisent les mêmes mesures qui ont été présentées dans le modèle 1 : neutralité et le modèle 2 : exhaustivité de la section 20.1. Dans le cadre, du modèle de régression de la compréhensibilité, les variables indépendantes qui composent le modèle sont l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$) et l'occurrence de comportements court-termistes (FIN_{jt}). Ainsi, l'hypothèse H4a propose que la compréhensibilité de l'information divulguée soit négativement liée à l'image organisationnelle des sociétés ($IMAGE_{jt}$). Dans cette logique, lorsque la couverture médiatique des entreprises est défavorable, les entreprises tendent à divulguer de l'information moins compréhensible afin de manipuler l'image sociétale de l'entreprise. L'hypothèse H4b propose que la compréhensibilité de l'information divulguée soit négativement liée à l'occurrence d'agissements court-termistes des sociétés (FIN_{jt}). Ainsi, lorsque les entreprises adoptent des comportements court-termistes, les entreprises tendent à divulguer de l'information moins compréhensible afin de manipuler l'image sociétale de l'entreprise. Pour conclure sur les différentes mesures utilisées dans le cadre de notre étude, le tableau 3.7 présente un sommaire des mesures des différentes variables.

Tableau 3.7
Les hypothèses de recherche et les variables analysées

Modèles	Hypothèses vérifiées	Nature de la variable	Thèmes	Variables	Mesures utilisées
1	H1a, H1b, H1c, H1d	Dépendante	Neutralité	$NEUT_{jt}$	Sélectivité des graphiques (Cho, Michelon et Patten, 2012)
2	H2a, H2b, H2c, H2d	Dépendante	Exhaustivité	EXH_{jt}	Mesures des divulgations Hard et Soft (Clarkson <i>et al.</i> , 2008; Coulmont, Berthelot et Thibault, 2013; Sutantoputra, 2009)
3	H3a, H3b	Dépendante	Vérifiabilité — Rapport d'assurance	$VERIF_{jt}$	Contenu du rapport d'assurance (Perego et Kolk, 2012)
4	H4a, H4b	Dépendante	Compréhensibilité — Obfuscation	OBF_{jt}	Relative Graph Discrepancy Index (Mather <i>et al.</i> , 2005; Cho, Michelon et Patten, 2012)
5	H4a, H4b	Dépendante	Compréhensibilité — Lisibilité	LIS_{jt}	Flesch Reading Ease, Flesch-Kincaid Grade Level, SMOG, Fog index
1-5	H1a, H2a, H3a, H4a	Indépendante	Image organisationnelle	$IMAGE_{jt}$	Coefficient Janis-Fadner (1943)
1-3	H1b, H2b, H3b	Indépendante	Gouvernance	$GOUV_{jt}$	Globe and Mail Corporate Board Games score (2016, 2017, 2018)
1-2	H1c, H2c	Indépendante	Narcissisme managérial	$PHOTO_{jt}$ $COMM_{jt}$ ESP_{jt} $HORSESP_{jt}$	Importance de la photo du PDG dans le rapport annuel de la société; Importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société; Rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société; Rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société.
1, 2, 4, 5	H1d, H2d, H4b	Indépendante	Financiarisation	$FINBPA_{jt}$ $FINBN_{jt}$	Ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers Ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers

				$FINQR_{jt}$	Flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net
1-5	-	Contrôle	Taille	$ACTIFS_{jt}$ REV_{jt}	Actifs totaux, Revenus totaux
1-5	-	Contrôle	Profitabilité	ROA_{jt} $MtoB_{jt}$	Rendement des actifs, Ratio Market-to-book
1-5	-	Contrôle	Comité lié à la RSE	$CRSE_{jt}$	Variable dichotomique
1, 2, 4, 5	-	Contrôle	Obtention d'un audit du reporting sociétal	$AUDIT_{jt}$	Variable dichotomique
1-5	-	Contrôle	Secteurs d'activité (industrie) dans lesquels évoluent les entreprises	MAN_{jt} MAT_{jt} $ENER_{jt}$	Variable dichotomique Secteur manufacturier Secteur des matériaux Secteur de l'énergie
1-5	-	Contrôle	Année couverte par le rapport sociétal soit : 2016, 2017 ou 2018 (intercept)	$A2016_{jt}$ $A2017_{jt}$	Variables dichotomiques
1-5	-	Contrôle	Présentation d'un rapport conforme aux lignes directrices de la GRI	GRI_{jt}	Variable dichotomique
1-5	-	Contrôle	L'entreprise obtient un audit de l'information sociétale par un grand cabinet comptable (Big4)	$BIG4_{jt}$	Variable dichotomique

Gosselin (2021)

CHAPITRE 4

RÉSULTATS

4.1 STATISTIQUES DESCRIPTIVES

4.1.1 Les données générales sur l'entreprise

L'échantillon est composé d'entreprises canadiennes cotées à la Bourse de Toronto, telles que sélectionnées par le *Globe and Mail* — Corporate Board Games — 2016, 2017 et 2018 (The Globe and Mail, 2018b). L'échantillon final est composé de 190 rapports sociétaux couvrant un seul exercice financier. Les secteurs d'activité sont présentés dans le tableau 4.1. Parmi les huit secteurs analysés, les plus représentés sont les matériaux (35,26 %; n = 67), l'énergie (24,21 %; n = 46) et le secteur manufacturier (12,11 %; n = 23). Ainsi, il semble que les secteurs dits plutôt industriels soient les plus représentés dans l'échantillon, ce qui suit la logique que les secteurs dits sensibles présentent plus de rapports sociétaux (Rossi et Tarquinio, 2017).

Tableau 4.1
Composition de l'échantillon final par secteur d'activité

Secteur d'activité	2016	2017	2018	Total	Total en %
Biens de consommation de base	3	3	4	10	5,26 %
Biens de consommation discrétionnaire	6	9	4	19	10,00 %
Énergie	16	20	10	46	24,21 %
Manufacturier	7	8	8	23	12,11 %
Matériaux	19	26	22	67	35,26 %
Services publics	4	6	2	12	6,32 %
Technologie de l'information	2	2	1	5	2,63 %
Télécommunications	3	3	2	8	4,21 %
Total	60	77	53	190	100,00 %

Gosselin (2021)

Les entreprises qui produisent de manière volontaire des rapports sociétaux ont le choix de la fréquence de présentation. Ainsi, il se peut que les entreprises ne présentent pas de rapport sociétal à chaque exercice. Le tableau 4.2 présente la fréquence à laquelle les

entreprises dans notre échantillon produisent des rapports sociétaux. En ce qui concerne les autres statistiques descriptives liées à l'échantillon, celles-ci sont présentées dans les prochaines sections.

Tableau 4.2
Fréquence des entreprises dans l'échantillon final

Fréquence de l'entreprise dans l'échantillon	Entreprises distinctes	Nombre de rapports sociétaux	Pourcentage
1 année	49	49	25,79 %
2 années	30	60	31,58 %
3 années	27	81	42,63 %
Total	106	190	100,00 %

Gosselin (2021)

4.1.2 Les statistiques descriptives des qualités de l'information sociétale

Le tableau 4.3 présente les statistiques descriptives des variables de qualité analysées. La variable de la neutralité ($NEUT_{jt}$), telle qu'évaluée par la mesure de la sélectivité des graphiques par Cho, Michelon, *et al.* (2012), démontre que 55 % (médiane 63 %) des graphiques présentent une tendance favorable. Ceci semble indiquer que les rapports sociétaux tendent à présenter de l'information à biais favorable. Pour sa part, la variable de l'exhaustivité (EXH_{jt}) est évaluée par la mesure des informations *hard* et *soft* de Clarkson *et al.* (2008), Sutantoputra (2009) et Berthelot, Coulmont et Thibault (2013). En moyenne, le pointage total de l'exhaustivité est 76,87 (médiane 80,5) sur un pointage maximal de 255. Le plus haut pointage obtenu est de 142. Ainsi, il semble que l'information soit, de manière globale, peu complète. La variable de vérifiabilité ($VERIF_{jt}$) est, pour sa part, contrainte par le nombre d'entreprises qui obtiennent un audit de l'information sociétale. Cette variable est mesurée à l'aide de la grille de codage de Perego et Kolk (2012) pour un pointage maximal de 24 points. La moyenne des points est de 17,61 et la médiane est de 18. Ceci indique que les auditeurs semblent inclure plusieurs éléments dans leurs rapports. En ce qui concerne la variable de l'obfuscation (OBF_{jt}), celle-ci est mesurée à l'aide du Relative Graph Discrepancy Index. Suivant les analyses effectuées par Cho, Michelon *et al.* (2012) et Mather *et al.* (2005), nous établissons le seuil de distorsion

significative à 2,5 %¹⁵. Les distorsions moyennes s'élèvent à 12,37 % (médiane : 3,38 %), indiquant un niveau élevé de distorsions dans les graphiques présentés. Ceci semble indiquer que les entreprises tendent à manipuler l'information afin d'être perçues favorablement par les parties prenantes. À noter que ceci représente les distorsions moyennes dans le rapport sociétal dans son entièreté. Enfin, la variable de la lisibilité est évaluée à l'aide de différentes mesures de la lisibilité soulevées par les travaux antérieurs. En ce qui concerne l'indice du Flesch Reasing Ease (FLESCH_{jt}), une lisibilité entre 60 et 70 est souhaitable (Flesch, 1948 ; Readable.com, 2019), alors que la moyenne se situe à 34,15, donc très difficile. Pour leur part, les mesures du Flesch-Kincaid Grade Level (FKGL_{jt}), du Gunning Fog (FOG_{jt}) et du SMOG (SMOG_{jt}) sont mesurées par le nombre d'années de scolarité. Un document lisible devrait se situer entre 8 et 10 (Gunning, 1969 ; Kincaid *et al.*, 1975 ; Mc Laughlin, 1969 ; Readable.com, 2019). Or, les moyennes des indices de lisibilité sont supérieures à 10 (Flesch-Kincaid Grade Level 10,75, Gunning Fog 12,25, SMOG 12,42), ce qui indique que la lisibilité est difficile.

¹⁵ L'obfuscation est mesurée à l'aide the Relative Graph Discrepancy Index (RGDI). Le RDG est une mesure comparative, qui utilise la première donnée et la hauteur de la première colonne du graphique pour déterminer de quelle hauteur la dernière colonne devrait être. Lorsque la distorsion est supérieure à 2,5%, tel qu'établi par Cho, Michelon *et al.* (2012) et Mather *et al.* (2005), elle est considérée significative.

Tableau 4.3
Les statistiques descriptives des qualités de l'information sociétale

Variables	Mesures	N	Moy.	Méd.	Min.	Max.	É. t.	Var.
NEUT_{jt}	Sélectivité des graphiques	183	55,00 %	63,00 %	0,00 %	100,00 %	37,00 %	13,00 %
EXH_{jt}	Divulgations Hard et Soft	188	76,87	80,50	9,00	142,00	32,98	1 087,54
VERIF_{jt}	Contenu du rapport d'assurance	54	17,61	18,00	4,00	24,00	4,80	23,03
OBF_{jt}	Relative Graph Discrepancy Index	118	12,37%	3,38%	0,00%	140,96%	24,90%	620,16%
LISI_{jt}	Flesch Reading Ease (FLESCH_{jt})	156	34,15	34,00	21,60	51,10	5,07	25,70
	Flesch-Kincaid Grade Level (FKGL_{jt})	156	10,75	10,70	8,10	13,70	0,93	0,87
	Gunning Fog (GUNNING_{jt})	156	12,25	12,20	8,70	17,10	1,30	1,69
	SMOG (SMOG_{jt})	156	12,42	12,30	9,30	16,40	1,05	1,11

Gosselin (2021)

4.1.3 Les statistiques descriptives des déterminants de la qualité

Les tableaux 4.4 et 4.5 présentent les statistiques descriptives des variables des déterminants de la qualité. La variable de l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$), telle qu'évaluée par le coefficient Janis-Fadner (1943), démontre qu'en moyenne, l'image organisationnelle est sensiblement neutre (moyenne : 0,10 ; médiane : 0,02). Ce coefficient prend la valeur de -1, lorsque la couverture médiatique est entièrement négative, et de 1 lorsque la couverture médiatique est entièrement positive (Janis et Fadner, 1943 ; Moroney *et al.*, 2012 ; Rupley *et al.*, 2012). Pour la variable $IMAGE_{jt}$, le minimum est -0,43 et le maximum est de 1,00. Ceci démontre que la couverture médiatique varie selon l'entreprise et l'année. Pour sa part, la mesure de la variable gouvernance ($GOUV_{jt}$), soit le score moyen du Globe and Mail Corporate Board Games, est de 76,19 (médiane : 79) sur 100, indiquant que les pratiques de gouvernance sont évaluées comme étant de qualité.

En ce qui concerne les mesures non intrusives du narcissisme managérial ($NARC_{jt}$), nous notons que les PDG sont photographiés avec d'autres dirigeants et dans moins d'une page ($PHOTO_{jt}$). De plus, les PDG ne semblent pas être mentionnés à de nombreuses reprises dans les communiqués de presse ($COMM_{jt}$), puisqu'ils sont cités en moyenne 0,59 fois par 1000 mots (médiane : 0,50). D'autre part, la rémunération en espèces (salaires et bonis) des PDG (ESP_{jt}) représente, en moyenne, 1,63 fois la rémunération du deuxième dirigeant le mieux rémunéré (médiane : 1,53) ; tandis que la rémunération hors espèces (actions, produits différés et options d'achats d'actions) représente, en moyenne, 2,37 fois la rémunération hors espèces du deuxième dirigeant le mieux payé ($HORSESP_{jt}$). Ces différentes variables du narcissisme managérial semblent nous indiquer que comparativement aux travaux antérieurs de Chatterjee et Hambrick (2007, 2011), les PDG ne semblent pas présenter des comportements d'extrême narcissisme.

Finalement, les mesures de financiarisation (FIN_{jt}), soit la qualité du résultat ($FINQR_{jt}$) (moyenne : 1,1 ; médiane : 0,99), le ratio des prévisions moyennes annuelles du bénéfice net divisé par le bénéfice net selon les états financiers ($FINBN_{jt}$) (moyenne : 0,94 ;

médiane : 0,97) et le ratio des prévisions moyennes annuelles du bénéfice par actions divisées par le bénéfice par actions selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) (moyenne : 1,00 ; médiane : 1,00) se rapproche de 1, ceci indique notamment que les entreprises atteignent les prévisions des analystes ($FinBPA_{jt}$ et $FinBN_{jt}$) et conservent suffisamment de liquidités opérationnelles comparativement au bénéfice net ($FINQR_{jt}$).

Tableau 4.4
Les statistiques descriptives des déterminants de la qualité

Variables	Mesures	N	Moy.	Méd.	Min.	Max.	É. t.	Var.
IMAGE_{jt}	Coefficient Janis-Fadner	190	0,10	0,02	- 0,43	1,00	0,26	0,07
GOUV_{jt}	Globe and Mail Corporate Board Games	185	76,13	79,00	39,00	99,00	13,60	184,84
NARC_{jt}	Importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société (COMM_{jt})	177	0,59	0,50	0,00	2,71	0,48	0,23
	Rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (ESP_{jt})	166	1,63	1,53	0,00	5,20	0,61	0,37
	Rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (HORSESP_{jt})	157	2,37	2,17	0,03	10,11	1,38	1,91
FIN_{jt}	Ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers (FINBN_{jt})	179	0,94	0,97	- 4,79	11,26	1,56	2,44
	Ratio des prévisions du bénéfice par action moyenne annuelle des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers (FINBPA_{jt})	190	1,00	1,00	- 4,00	6,36	0,85	0,73
	Flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net (FINQR_{jt})	149	1,10	0,99	- 7,60	33,66	3,10	9,59

Gosselin (2021)

Tableau 4.5
Les statistiques descriptives des déterminants de la qualité

Variables	Mesures	Fréquence	Pourcentage
PHOTO_{jt}	4 points — photo du PDG seul(e) et occupant plus d'une demi-page	14	7,37 %
	3 points — photo du PDG seul(e) et occupant moins d'une demi-page	63	33,16 %
	2 points — PDG photographié avec un(e) ou plusieurs autres dirigeant(es)	15	7,89 %
	1 point — aucune photo du PDG	46	24,21 %
	Non disponible	52	27,37 %
	Total	190	100,00 %

Gosselin (2021)

4.1.4 Les statistiques descriptives des variables de contrôle

Les tableaux 4.6 et 4.7 présentent les statistiques descriptives des variables des contrôles des modèles analysés. Les mesures de la taille ($TAILLE_{jt}$) sont les actifs totaux et les revenus totaux (REV_{jt}). Pour leur part, les actifs totaux ($ACTIFS_{jt}$) médians se situent à 6,09 milliards de dollars, tandis que la moyenne est nettement plus élevée à près de 15,49 milliards. De même, un écart similaire est noté pour les revenus totaux (REV_{jt}), où la moyenne se situe à 6,26 milliards, alors que la médiane s'élève à 2,66 milliards. En ce qui concerne la profitabilité, les mesures sont le rendement du capital investi (ROA_{jt}) et le ratio Market-to-Book ($MtoB_{jt}$). Le rendement des actifs (ROA_{jt}) moyen est 1 % et médian s'élève à 2 %, ce qui est relativement bas. Pour sa part, le ratio market-to-book ($MtoB_{jt}$) moyen est 1,47 et médian est 1,11.

Par ailleurs, parmi les 190 entreprises-années qui composent l'échantillon, 113 (59,5 %) disposent d'un comité de gouvernance lié à la RSE ($CRSE_{jt}$). Pour ce qui est des tendances des entreprises qui produisent des rapports sociétaux, 25,00 % d'entre-eux sont audités par un grand cabinet comptable ($BIG4_{jt}$) (38 rapports). Par ailleurs, la moitié (50 %) des rapports sociétaux analysés présentent un rapport en conformité avec l'un des référentiels de la *Global Reporting Initiative* (GRI_{jt}), néanmoins celui-ci n'est pas nécessairement audité par une tierce partie.

Tableau 4.6
Les statistiques descriptives des variables de contrôle

	Mesures	N	Moy.	Méd.	Min.	Max.	É. t.	Var.
TAILLE_{jt}	Actifs totaux (ACTIFS_{jt})	189	15 489,00	6 095,35	405,47	88 702,00	21 02,93	442 005 423,87
	Revenus totaux (REV_{jt})	189	6 264,44	2 659,37	171,83	46 385,00	8 713,34	75 922 217,63
PROFIT_{jt}	Rendement des actifs ou Return on Assets (ROA_{jt})	189	0,01	0,02	0,37	0,23	0,09	0,01
	Comparaison de la valeur comptable à la valeur du marché ou Market-to-Book (MtoB_{jt})	179	1,47	1,11	0,34	10,92	1,48	2,20

Gosselin (2021)

Tableau 4.7
Les statistiques descriptives des variables de contrôle

Variables	Mesures	Fréquence	Pourcentage
CRSE_{jt}	Oui	113	59,47 %
	Non	77	40,53 %
	Total	190	100,00 %
BIG4_{jt}	Oui	38	25,00 %
	Non	152	75,00 %
	Total	190	100,00 %
GRI_{jt}	Oui	95	50,00 %
	Non	95	50,00 %
	Total	190	100,00 %

Gosselin (2021)

4.2 MODÈLE 1 : NEUTRALITÉ

Dans le cadre de notre premier modèle de régression, la neutralité de l'information sociétale est analysée à l'aide de la mesure de la sélectivité des graphiques. Rappelons que l'équation de régression servant à vérifier les hypothèses posées se présente comme suit :

$$(1) NEUT_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 DET_{jt} + \alpha_2 GRI_{jt} + \alpha_3 AUDIT_{jt} + \alpha_4 CRSE_{jt} + \alpha_5 BIG4_{jt} + \alpha_6 TAILLE_{jt} + \alpha_7 PROFIT_{jt} + \alpha_8 MAN_{jt} + \alpha_9 MAT_{jt} + \alpha_{10} ENER_{jt} + \alpha_{11} A2016_{jt} + \alpha_{12} A2017_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

Où

$NEUT_{jt}$ = la neutralité de l'information, telle que mesurée par la sélectivité des graphiques de l'entreprise j à l'année t présentée par Beattie et Jones (2008, 1992, 2000) et Cho, Michelon *et al.* (2012) ;

DET_{jt} = le déterminant de la qualité, mesuré avec les variables pour chacune des hypothèses

- $IMAGE_{jt}$ = représente la mesure de l'image organisationnelle de l'entreprise j à l'année t, telle que mesurée par la couverture médiatique des entreprises et le coefficient Janis-Fadner (1943) ;
- $GOUV_{jt}$ = est la mesure de gouvernance de l'entreprise j à l'année t, telle que mesurée par le Corporate Board Games du Clarkson Centre for Business Ethics and Board Effectiveness à l'Université de Toronto ;
- $NARC_{jt}$ = représente le narcissisme managérial de l'entreprise j à l'année t. Nous utilisons quatre mesures différentes pour évaluer le narcissisme : (1) l'importance de la photo du PDG dans le rapport annuel de la société (PHOTO_{jt}) ; (2) l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société (COMM_{jt}) ; (3) la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (ESP_{jt}) et ; (4) la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (HORSESP_{jt}) ;
- FIN_{jt} = représente la financiarisation de l'entreprise j à l'année t. Nous utilisons trois mesures différentes pour évaluer l'occurrence de comportements court-termistes : (1) le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers (FINBN_{jt}), (2) le ratio des prévisions du

bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) et (3) les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net ($FINQR_{jt}$) ;

GRI_{jt} = est la variable de contrôle pour la forme de reporting de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise est en conformité avec la Global Reporting Initiative (GRI) et de 0 dans le cas contraire ;

$AUDIT_{jt}$ = représentent la présence d'un audit de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise a été assujettie à un audit de son information sociétale et de 0 dans le cas contraire ;

$BIG4_{jt}$ = représentent la présence d'un audit par un grand cabinet comptable de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise obtient un audit de l'information sociétale par un grand cabinet comptable (Big4) et de 0 dans le cas contraire ;

$CRSE_{jt}$ = représentent la présence d'un comité lié à la RSE de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise dispose d'un comité de gouvernance sur la RSE et de 0 dans le cas contraire ;

$TAILLE_{jt}$ = représentent la taille de l'entreprise de l'entreprise j à l'année t , tel que mesuré par le logarithme naturel du total des actifs ($ACTIFS_{jt}$) et le total des revenus (REV_{jt}) ;

$PROFIT_{jt}$ = représentent la rentabilité de l'entreprise j à l'année t , tel que mesuré par le rendement des actifs totaux (ROA_{jt}) et le ratio Market-to-Book ($MtoB_{jt}$) ;

MAN_{jt} = une variable de contrôle pour le secteur manufacturier de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur manufacturier et de 0 dans le cas contraire ;

MAT_{jt} = une variable de contrôle pour le secteur des matériaux de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur des matériaux et de 0 dans le cas contraire ;

$ENER_{jt}$ = une variable de contrôle pour le secteur de l'énergie de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur de l'énergie et de 0 dans le cas contraire ;

$A2016_{jt}$ et $A2017_{jt}$ = les variables de contrôle pour l'année de l'entreprise j à l'année t . Elles sont mesurées par des variables dichotomiques prenant la valeur de 1 si l'entreprise publie son rapport dans l'année 2016 ou 2017 respectivement et de 0 dans le cas contraire.

4.2.1 Les statistiques descriptives de la neutralité

Pour sa part, le tableau 4.8 présente les caractéristiques des données par secteur d'activité. Les secteurs qui divulguent le plus de graphiques à tendance favorable sont les services publics (moyenne = 80 %, médiane = 100 %), le secteur manufacturier (moyenne = 76 %, médiane = 100 %) et les télécommunications (moyenne = 76 %, médiane = 88 %).

Tableau 4.8
Les statistiques descriptives par secteur d'activité — Neutralité

Secteur d'activité	N=183	Moy.	Méd.	Min.	Max.	É. t.	Var.
Biens de consommation de base	10	49 %	63 %	0 %	100 %	44 %	20 %
Biens de consommation discrétionnaire	19	32 %	0 %	0 %	100 %	39 %	15 %
Énergie	46	63 %	64 %	0 %	100 %	32 %	10 %
Manufacturier	23	76 %	100 %	0 %	100 %	34 %	12 %
Matériaux	62	40 %	40 %	0 %	100 %	32 %	10 %
Services publics	10	80 %	100 %	0 %	100 %	33 %	11 %
Technologie de l'information	5	74 %	67 %	50 %	100 %	19 %	4 %
Télécommunications	8	76 %	88 %	0 %	100 %	35 %	12 %

Gosselin (2021)

4.2.2 La validité du modèle de la neutralité

Avant de procéder à l'analyse des déterminants qui ont une incidence sur la neutralité de l'information sociétale, les modèles ont d'abord été vérifiés pour assurer leur validité. Tout d'abord, la variable dépendante est sur une échelle continue, et il y a, dans notre modèle, plus de deux variables indépendantes (Kutner *et al.*, 2005). Ainsi, un modèle de régression multiple est approprié¹⁶. De même, tous les modèles analysés sont significatifs au seuil 0,05. De plus, le graphique de la relation entre la variable dépendante

¹⁶ Les modèles de régression complets, les tableaux, les graphiques et tests sont présentés dans les analyses supplémentaires. Pour le modèle 1 : neutralité, la table des coefficients est présentée dans le tableau 4.10.

et les variables indépendantes est linéaire. Pour leur part, les R^2 ajustés varient entre 7,7 % et 16,6 %.

Par la suite, nous procédons à l'analyse des résidus et des coefficients. Tout d'abord, les tests Durbin-Watson permettent de vérifier s'il y a des problèmes d'autocorrélation des résidus et les résultats devraient se situer entre 1,5 et 2,5 (Kutner *et al.*, 2005). Dans tous les modèles analysés, à l'exception du modèle 1.4 qui mesure le narcissisme à l'aide de l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société (COMM_{jt}), le Durbin-Watson se situe entre 1,5 et 2,5. De même, il ne semble pas y avoir de problème d'hétéroscédasticité autour de la droite ni d'effet de « *spray* » ni de valeurs aberrantes significatives (Kutner *et al.*, 2005). Par ailleurs, à la suite de l'analyse des *variances inflation factors* (VIF), il ne semble pas y avoir de problème de multicollinéarité, puisque tous les VIF sont inférieurs à 3. Selon Kutner *et al.* (2005), les VIF doivent être inférieur à 10.

À première vue, les résidus semblent se distribuer normalement autour de la droite. Pour s'en assurer, les tests de Skewness et de Kurtosis sont effectués. Le test de Kurtosis mesure la concentration de la distribution des valeurs, tandis que le test de Skewness mesure la symétrie horizontale de la distribution (Corder et Foreman, 2014). Les valeurs de ces deux tests devraient se situer entre -1,96 et 1,96, ce qui est le cas pour tous les modèles. Néanmoins, le test Kolmogorov-Smirnov, qui mesure la concordance entre les fréquences de deux variables (Corder et Foreman, 2014), est inférieur au seuil de signification de 0,05. Nous devons donc rejeter l'hypothèse nulle et accepter que la distribution de l'échantillon ne soit pas normale. Les résultats des modèles de régression devront donc être interprétés en prenant certaines précautions. Ainsi, nous procédons également à des tests non paramétriques afin de remédier au problème de distribution.

4.2.2.1 Les analyses de sensibilité

Afin d'étudier la robustesse de nos résultats, nous avons également mesuré la taille à l'aide des revenus totaux (REV_{jt}) et la profitabilité à l'aide du ratio market-to-book

(MtoB_{jt}). Dans tous les modèles analysés, les résultats sont stables et ne changent ni le sens ni le niveau de signification des déterminants. Comme nous l'avons expliqué dans la description des mesures, le déterminant du narcissisme managérial ($NARC_{jt}$) est mesuré à l'aide de quatre mesures différentes (PHOTO_{jt}, COMM_{jt}, ESP_{jt}, HORSESP_{jt}) et la financiarisation (FIN_{jt}) est mesurée à l'aide de trois mesures (FINBN_{jt}, FINBPA_{jt}, FINQR_{jt}), ces modèles sont également testés. Par ailleurs, dans tous les modèles de régression analysés, les coefficients des variables de l'année, soit A2016_{jt} et A2017_{jt}, ne sont pas significatifs et sont donc éliminés de nos modèles de régression. Ce choix ne change ni le sens ni le niveau de signification des déterminants.

En ce qui concerne la taille de l'échantillon, nous considérons que la taille minimale nécessaire pour l'échantillon est de trente observations plus dix observations par variable indépendante ($n = 30 + 10x$) (S. B. Green, 1991). Ainsi, la taille minimale de l'échantillon est de 130 observations. Dans tous les modèles analysés, la taille de l'échantillon fluctue entre 131 et 182, ce qui devrait assurer la stabilité de nos modèles.

4.2.3 La relation entre la neutralité et ses déterminants

Le tableau 4.9 présente les estimateurs des coefficients de corrélations entre les variables du modèle de la neutralité de l'information sociétale. Comme prévu, une interrelation significative au seuil 0,01 est notée entre la neutralité (NEUT_{jt}) et les pratiques reconnues de gouvernance (GOUV_{jt}). Une interrelation négative et significative au seuil 0,01 est aussi notée entre le rendement des actifs (ROA_{jt}) et le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers (FINBPA_{jt}) ; de même qu'avec le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers (FINBN_{jt}). De plus, une interrelation négative et significative au seuil 0,05 est notée entre le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers (FINBPA_{jt}) et l'adoption de pratiques de gouvernance reconnues (GOUV_{jt}) ; de même qu'avec l'estimateur de la taille (ACTIFS_{jt}).

Par ailleurs, une interrelation positive et significative est notée entre les variables indépendantes de l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$) et le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) ; de même qu'entre l'estimateur du narcissisme managérial, soit l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société ($COMM_{jt}$) et le ratio de la qualité des résultats comptables ($FINQR_{jt}$). De plus, comme prévu, une interrelation positive et significative est notée entre les mesures du narcissisme managérial, soit entre la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (ESP_{jt}) et l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société ($COMM_{jt}$), de même que la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société ($HORSESP_{jt}$). Enfin, une interrelation modérée et significative est notée entre l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$) et les actifs totaux ($ACTIFS_{jt}$), de même qu'entre les pratiques reconnues de gouvernance ($GOUV_{jt}$) et les actifs totaux ($ACTIFS_{jt}$). Les différents modèles de régression analysent en profondeur l'incidence des variables sur la neutralité.

Le tableau 4.10 présente la table des coefficients pour les analyses de modèles de régression 1.0 à 1.9. Une interprétation des résultats est présentée dans les prochaines sections.

Tableau 4.9

Estimateurs des coefficients de corrélations entre les variables du modèle de la neutralité de l'information sociétale — Neutralité

	NEUT _{jt}	IMAGE _{jt}	GOUV _{jt}	COMM _{jt}	ESP _{jt}	HORSESP _{jt}	FINBPA _{jt}	FINBN _{jt}	FINQR _{jt}	ACTIFS _{jt}	ROA _{jt}
NEUT _{jt}	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
IMAGE _{jt}	-.110	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GOUV _{jt}	.222 **	-.108	-	-	-	-	-	-	-	-	-
COMM _{jt}	-.149	.086	-.110	-	-	-	-	-	-	-	-
ESP _{jt}	.004	-.015	.129	.042	-	-	-	-	-	-	-
HORSESP _{jt}	-.078	-.013	.073	.206 *	.159 *	-	-	-	-	-	-
FINBPA _{jt}	-.068	.161 *	-.173 *	.119	-.019	-.126	-	-	-	-	-
FINBN _{jt}	.069	.053	-.028	-.074	.049	-.083	.079	-	-	-	-
FINQR _{jt}	.110	-.034	-.102	.299 **	-.074	.019	-.080	-.002	-	-	-
ACTIFS _{jt}	.069	-.378 **	.334 **	-.121	.051	.093	-.179 *	-.097	-.001	-	-
ROA _{jt}	-.103	.045	.072	-.001	-.107	.088	-.240 **	-.520 **	-.146	-.031	-

** p < 0,01 ; * p < 0,05

Neut_{jt} est la mesure de la neutralité de l'information de l'entreprise j à l'année t par la sélectivité des graphiques ; *IMAGE_{jt}* = représente la mesure de l'image organisationnelle de l'entreprise j à l'année t telle que mesurée par la couverture médiatique des entreprises et le coefficient Janis-Fadner (1943) ; *GOUV_{jt}* = est la mesure de gouvernance de l'entreprise j à l'année t ; *NARC_{jt}* = représente le narcissisme managérial de l'entreprise j à l'année t, mesuré par l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société (*COMM_{jt}*) ; la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (*ESP_{jt}*) ; la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (*HORSESP_{jt}*) ; *FIN_{jt}* représente la financiarisation de l'entreprise j à l'année t tel que mesuré par le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers (*FINBN_{jt}*), le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers (*FINBPA_{jt}*) et les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net (*FINQR_{jt}*) ; *TAILLE_{jt}* = représentent la taille de l'entreprise de l'entreprise j à l'année t tel que mesuré par le total des actifs (*ACTIFS_{jt}*) ; *PROFIT_{jt}* = représentent la rentabilité tel que mesuré par le rendement des actifs totaux (*ROA_{jt}*) de l'entreprise j à l'année t.

Tableau 4.10
Résultats des analyses de la neutralité (H1a à H1d)

			Variable dépendante : NEUT _{jt}																			
		Signe prévu	Modèle 1.0 ¹ n = 182		Modèle 1.1 ² n = 182		Modèle 1.2 n = 177		Modèle 1.3 n = 131		Modèle 1.4 n = 168		Modèle 1.5 n = 159		Modèle 1.6 n = 150		Modèle 1.7 n = 180		Modèle 1.8 n = 172		Modèle 1.9 n = 142	
Constante			1,108	***	1,264	***	1,073	***	1,221	***	1,251	***	0,673		0,756	*	1,178	***	1,245	***	1,073	**
IMAGE _{jt}	H1a	α1 (+)	-		-0,133		-		-		-		-		-		-		-		-	
GOUV _{jt}	H1b	α2 (-)	-		-		0,004	*	-		-		-		-		-		-		-	
PHOTO _{jt}	H1c	α3 (+)	-		-		-		0,056	*	-		-		-		-		-		-	
COMM _{jt}	H1c	α3 (+)	-		-		-		-		-0,116	**	-		-		-		-		-	
ESP _{jt}	H1c	α3 (+)	-		-		-		-		-		-0,005		-		-		-		-	
HORSESP _{jt}	H1c	α3 (+)	-		-		-		-		-		-		-0,029	*	-		-		-	
FINBPA _{jt}	H1d	α4 (+)	-		-		-		-		-		-		-		-0,042		-		-	
FINBN _{jt}	H1d	α4 (+)	-		-		-		-		-		-		-		-		0,011	*	-	
FINQR _{jt}	H1d	α4 (-)	-		-		-		-		-		-		-		-		-		-0,012	*
<hr/>																						
ACTIFS _{jt}			-0,035		-0,044	*	-0,049	*	-0,043		-0,038		-0,009		-0,009		-0,039		-0,045	*	-0,031	
ROA _{jt}			-0,594		-0,566		-0,507		-0,724		-0,494		-0,436		-0,253		-0,721	*	-0,256		-0,701	
BIG4 _{jt}			0,301	***	0,307	***	0,305	***	0,301	**	0,299	***	0,310	***	0,315	**	0,293	***	0,321	***	0,339	***
AUDIT _{jt}			-0,210	**	-0,219	**	-0,213	**	-0,235	*	-0,214	**	-0,268	***	-0,272	**	-0,208	**	-0,207	**	-0,226	**
GRI _{jt}			0,043		0,036		0,011		-0,006		0,035		0,099		0,097		0,036		0,031		0,032	
CRSE _{jt}			0,080		0,088		0,067		0,011		0,052		0,086		0,087		0,077		0,057		0,098	
MAN _{jt}			0,217	**	0,221	**	0,190	**	0,117		0,224	**	0,189	*	0,187	*	0,223	**	0,239	***	0,217	**
MAT _{jt}			-0,259	***	-0,254	***	-0,243	***	-0,214	**	-0,259	***	-0,246	**	-0,260	**	-0,243	***	-0,251	***	-0,247	**
ENER _{jt}			0,000		-0,001		0,000		-0,019		0,036		0,046		0,026		0,020		0,028		-0,055	
<hr/>																						
R2 ajusté			0,132		0,135		0,145		0,077		0,166		0,132		0,120		0,129		0,144		0,118	
Durbin-Watson			1,579		1,603		1,605		1,515		1,479		1,678		1,681		1,569		1,656		1,526	
F			4,064		3,818		3,991		0,031		4,348		3,392		3,031		3,657		3,868		2,887	

*** p < 0,01 ; ** p < 0,05 ; * p < 0,10 (test unidirectionnel lorsque le signe est prévu).

*** p < 0,01 ; ** p < 0,05 ; * p < 0,10 (test unidirectionnel lorsque le signe n'est pas prévu).

$Neut_{jt}$ est la mesure de la neutralité de l'information de l'entreprise j à l'année t par la sélectivité des graphiques ; $IMAGE_{jt}$ représente la mesure de l'image organisationnelle de l'entreprise j à l'année t tel que mesurer par la couverture médiatique des entreprises et le coefficient Janis-Fadner (1943) ; $GOUV_{jt}$ est la mesure de gouvernance de l'entreprise j à l'année t ; $NARC_{jt}$ représente le narcissisme managérial de l'entreprise j à l'année t , mesuré par l'importance de la photo du PDG dans le rapport annuel de la société ($PHOTO_{jt}$) ; l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société ($COMM_{jt}$) ; la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (ESP_{jt}) ; la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société ($HORSESP_{jt}$) ; FIN_{jt} représente la financiarisation de l'entreprise j à l'année t tel que mesuré par le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers ($FINBN_{jt}$), le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) et les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net ($FINQR_{jt}$) ; GRI_{jt} est la variable de contrôle pour la forme de reporting de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise est en conformité avec la GRI et de 0 dans le cas contraire ; $AUDIT_{jt}$ représente la présence d'un audit de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise un audit de son information sociétale et de 0 dans le cas contraire ; $CRSE_{jt}$ représentent la présence d'un comité lié à la RSE de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise dispose d'un comité de gouvernance sur la RSE et de 0 dans le cas contraire ; $BIG4_{jt}$ représentent la présence d'un audit par un grand cabinet comptable de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise obtient un audit de l'information sociétale par un grand cabinet comptable (Big4) et de 0 dans le cas contraire ; $TAILLE_{jt}$ représente la taille de l'entreprise de l'entreprise j à l'année t tel que mesuré par le total des actifs ($ACTIFS_{jt}$) ; $PROFIT_{jt}$ représente la rentabilité tel que mesuré par le rendement des actifs totaux (ROA_{jt}) de l'entreprise j à l'année t ; MAN_{jt} est une variable de contrôle pour le secteur manufacturier de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur manufacturier et de 0 dans le cas contraire ; MAT_{jt} est une variable de contrôle pour le secteur des matériaux de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur des matériaux et de 0 dans le cas contraire ; $ENER_{jt}$ est une variable de contrôle pour le secteur de l'énergie de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur de l'énergie et de 0 dans le cas contraire.

¹ Le premier modèle (modèle 1.0) n'inclut que les variables de contrôle, sans les déterminants, afin de vérifier si celles-ci ont une influence significative sur la variable dépendante, soit la neutralité.

² le modèle 1.1 présente la relation entre la variable de l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$) et les variables de contrôle ; le modèle 1.2 présente la relation entre la variable de gouvernance ($GOUV_{jt}$) et les variables de contrôle ; le modèle 1.3 présente la relation entre la variable de l'importance de la photo du PDG dans le rapport annuel de la société ($PHOTO_{jt}$) et les variables de contrôle ; le modèle 1.4 présente la relation entre la variable de l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société ($COMM_{jt}$) et les variables de contrôle ; le modèle 1.5 présente la relation entre la variable de la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (ESP_{jt}) et les variables de contrôle ; le modèle 1.6 présente la relation entre la variable de la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société ($HORSESP_{jt}$) et les variables de contrôle ; le modèle 1.7 présente la relation entre la variable du ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) et les variables de contrôle ; le modèle 1.8 présente la relation entre la variable du ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers ($FINBN_{jt}$) et les variables de contrôle ; le modèle 1.9 présente la relation entre la variable du ratio des flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net ($FINQR_{jt}$) et les variables de contrôle.

4.2.4 Les résultats liés aux déterminants de la qualité

4.2.4.1 *Les résultats liés à la relation entre la neutralité ($NEUT_{jt}$) et l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$)*

La première hypothèse H1a propose que la neutralité de l'information divulguée soit négativement liée à l'image organisationnelle des sociétés. Rappelons que l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$) est mesurée par la couverture médiatique à l'aide du coefficient Janis-Fadner (1943). Cette mesure permet de distinguer la couverture médiatique positive, négative, neutre et non pertinente à l'aide de dix critères d'analyse du contenu des communications (Janis et Fadner, 1943). Pour sa part, la neutralité est mesurée par la sélectivité des graphiques, telle que présentée par Beattie et Jones (2008, 2000, 1992) et Cho, Michelon *et al.* (2012).

Les résultats du modèle 1.1 présentent la relation entre la variable $NEUT_{jt}$ et la variable de l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$) et les variables de contrôle. Dans ce modèle, le coefficient de l'image organisationnelle n'est pas significatif. Ainsi, nous ne pouvons pas conclure que nos résultats appuient l'hypothèse H1a qui propose que la neutralité de l'information divulguée soit négativement liée à l'image organisationnelle des sociétés.

4.2.4.2 *Les résultats liés à la relation entre la neutralité ($NEUT_{jt}$) et les pratiques de gouvernance ($GOUV_{jt}$)*

La seconde hypothèse H1b propose que la neutralité de l'information divulguée soit positivement liée aux pratiques de gouvernance reconnues des sociétés. Rappelons que les pratiques de gouvernance reconnues des sociétés sont mesurées à l'aide des Corporate Board Games provenant du Clarkson Centre for Business Ethics and Board Effectiveness à l'Université de Toronto (Globe and Mail Inc., 2017). Cette mesure analyse la composition du conseil d'administration, l'actionnariat et la rémunération, les droits des actionnaires et les divulgations.

Les résultats du modèle 1.2 présentent la relation entre la variable $NEUT_{jt}$ et la variable de gouvernance ($GOUV_{jt}$) et les variables de contrôle. Dans ce modèle, le coefficient $GOUV_{jt}$ est marginalement significatif au seuil 0,10 et positif. Dans cette logique, plus le score de gouvernance est élevé, indiquant l'adoption de pratiques de gouvernance reconnues, plus le pourcentage de graphiques à tendance favorable augmente, indiquant alors un biais favorable, donc moins de neutralité.

Quoique ces résultats s'opposent à l'hypothèse H2a, il se peut que les entreprises qui adoptent de meilleures pratiques de gouvernance soient plus performantes en RSE, et donc, que le ton positif soit un indicateur de la performance sociétale. En effet, une étude s'étant intéressée aux entreprises américaines, soit Arena *et al.* (2015), suggèrent que les entreprises ayant une performance sociétale supérieure tendent à divulguer de l'information davantage optimiste. Ces auteurs expliquent que l'optimisme est un indicateur d'une performance sociétale supérieure plutôt qu'un comportement opportuniste des dirigeants (Arena *et al.*, 2015). Ainsi, l'information favorable divulguée dans les rapports sociétaux permet alors de réduire l'asymétrie d'information. Au contraire, Cho *et al.* (2010), qui se sont également intéressés aux entreprises américaines, démontre que les entreprises qui ont une faible performance sociétale utilisent un langage davantage optimiste. De plus, leurs résultats démontrent que les entreprises utilisent un langage plus vague, afin de masquer leurs faiblesses et ainsi gérer la perception des parties prenantes.

Les résultats obtenus dans le cadre de notre analyse corroborent ceux de Arena *et al.* (2015), où les entreprises divulguent de l'information sociétale pour réduire l'asymétrie d'information plutôt que pour gérer les impressions. Ces résultats remettent en question l'utilisation d'un langage favorable comme stratégie de gestion des impressions ou comme moyen de réduire l'asymétrie d'information. Une piste de solution est néanmoins soulevée par Sciarelli *et al.* (2020). Ceux-ci soulignent que, pour maintenir le lien de confiance avec les parties prenantes, il est essentiel pour les entreprises de s'assurer de la cohérence du message transmis par la divulgation (Sciarelli *et al.*, 2020). Ainsi, il se peut que le ton favorable du reporting sociétal des entreprises étudiées soit perçu comme un engagement envers la RSE atteint grâce aux pratiques de gouvernance adoptées, plutôt qu'une stratégie de gestion des impressions.

4.2.4.3 Les résultats liés à la relation entre la neutralité ($NEUT_{jt}$) et le narcissisme managérial ($NARC_{jt}$)

La troisième hypothèse H1c propose que la neutralité de l'information divulguée soit négativement liée aux hauts dirigeants narcissiques des sociétés. Rappelons que le narcissisme managérial ($NARC_{jt}$) est mesuré à l'aide de quatre mesures distinctes, soit : (1) l'importance de la photo du PDG dans le rapport annuel de la société ($PHOTO_{jt}$) ; (2) l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société ($COMM_{jt}$) ; (3) la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (ESP_{jt}) ; et (4) la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société ($HORSESP_{jt}$). Dans cette logique, plus ces coefficients sont élevés, plus les comportements des dirigeants sont dits narcissiques.

Le modèle 1.3 présente la relation entre la variable de l'importance de la photo du PDG dans le rapport annuel de la société ($PHOTO_{jt}$) et le modèle 1.4 présente la relation entre la variable de l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société ($COMM_{jt}$). Pour sa part, les modèles 1.5 et 1.6 présentent la relation entre la variable de la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (ESP_{jt}) et la variable de la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société ($HORSESP_{jt}$) respectivement.

En ce qui concerne le modèle 1.3 et la variable $PHOTO_{jt}$, le coefficient est positif et marginalement significatif au seuil 0,10. Ainsi, plus la photo du PDG est importante dans le rapport annuel de la société, indiquant la présence de dirigeants narcissiques, plus les graphiques présenteront des biais favorables. Ces résultats appuient ceux de Amernic et Craig (2010) et de Craig et Amernic (2011b), qui trouvent également une relation favorable entre la divulgation d'information favorable et le narcissisme des dirigeants. Ainsi, nos résultats appuient que le langage utilisé par les dirigeants peut être de nature positive pour combler leur quête de reconnaissance et leurs fantaisies de succès (Amernic et Craig, 2010 ;

Baik, Brockman, Farber et Lee, 2018 ; Riley et Yen, 2019). Nos résultats appuient l'hypothèse H1c, selon laquelle la neutralité de l'information divulguée est négativement liée à l'occurrence de hauts dirigeants narcissiques.

Cependant, les résultats des trois autres coefficients des variables qui mesurent le narcissisme des dirigeants sont négatifs. En effet, dans le modèle 1.4, le coefficient de la variable $COMM_{jt}$, soit l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société, est négatif et significatif au seuil 0,05. Ainsi, plus le PDG est mentionné dans les communiqués de presse, moins les graphiques présenteront de biais favorables ($NEUT_{jt}$). Pour sa part, le modèle 1.5 qui présente le coefficient de la variable ESP_{jt} , soit la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société, est négatif, mais non significatif. Enfin, dans le modèle 1.6, le coefficient de la variable $HORSESP_{jt}$, soit la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société est négatif et marginalement significatif au seuil 0,10. Dans cette logique, plus la rémunération hors espèces du PDG surpasse celle du deuxième PDG le mieux rémunéré, moins les graphiques ont de biais favorables ($NEUT_{jt}$).

Les résultats obtenus pour les mesures du narcissisme managérial, $COMM_{jt}$, ESP_{jt} et $HORSESP_{jt}$, s'opposent à l'hypothèse H1c, selon laquelle la neutralité de l'information divulguée est négativement liée à l'occurrence de hauts dirigeants narcissiques. Néanmoins, il se peut que le contexte culturel ait une incidence sur nos résultats. En effet, les études mobilisant ces mesures, telles que Chatterjee et Hambrick (2011), Johnson *et al.*, (2013), Marquez-Illescas *et al.* (2018) et Rijsenbilt et Commandeur (2013), sont effectuées à l'aide de données provenant des États-Unis; or, au Canada, aucune étude ne s'est intéressée au narcissisme des PDG comme nous l'avons mesuré. Il existe cependant des différences entre les États-Unis et le Canada dans le contexte de la divulgation volontaire. Buhr et Freedman (2001) se sont notamment intéressés aux facteurs culturels et institutionnels qui différencient les motivations de dirigeants à divulguer de l'information de manière volontaire et obligatoire. Selon ces auteurs, au Canada, les opinions politiques sont orientées vers le groupe plutôt que vers les individus, comme c'est le cas aux États-

Unis (Buhr et Freedman, 2001). De plus, il y a également davantage de promotion pour le reporting sociétal et les enjeux environnementaux au Canada qu'aux États-Unis (Buhr et Freedman, 2001). Ainsi, il se peut que la mesure du narcissisme ne permette pas d'identifier le narcissisme des PDG canadiens, puisque ses caractéristiques peuvent différer. La relation ne peut donc pas être expliquée dans le contexte canadien. Les résultats pour l'hypothèse H3c sont donc mitigés.

4.2.4.4 Les résultats liés à la relation entre la neutralité ($NEUT_{jt}$) et la financiarisation (FIN_{jt})

La quatrième hypothèse H1d propose que la neutralité de l'information divulguée soit négativement liée à l'occurrence d'agissements court-termistes des sociétés. Rappelons que la financiarisation (FIN_{jt}) est estimée à l'aide de trois ratios, soit : (1) le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers ($FINBN_{jt}$) ; (2) le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) ; et (3) les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net ($FINQR_{jt}$).

Dans le modèle 1.7, le coefficient de la variable $FINBPA_{jt}$ n'est pas significatif. Cependant les coefficients $FINBN_{jt}$ et $FINQR_{jt}$ sont marginalement significatifs au seuil 0,10 dans les modèles 1.8 et 1.9 respectivement. Pour sa part, dans le modèle 1.8, le coefficient de la variable $FINBN_{jt}$, soit le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers est positif. Un ratio supérieur à un indique qu'il y a une plus grande différence entre les états financiers et les prévisions annuelles des analystes. Il peut s'agir d'une tentative de manipulation des dirigeants, soit un comportement dit court-termisme. Dans cette logique, nos résultats suggèrent que l'occurrence de comportements court-termisme accroît le pourcentage de graphiques à tendance favorable, donc moins de neutralité. Ces résultats appuient donc l'hypothèse H1d.

En ce qui concerne le coefficient de la variable $FINQR_{jt}$, soit les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net (modèle 1.9), est négatif. Lorsque le ratio est supérieur à un, le bénéfice est dit conservateur, alors que lorsqu'il est inférieur à un, il y a une présence potentielle de gestion des bénéfices qui vise à accroître les bénéfices déclarés, soit un comportement court-termisme. Dans cette logique, nos résultats suggèrent que lorsque le bénéfice est dit conservateur, le pourcentage de graphiques à tendance favorable diminue, donc moins les graphiques disposent d'un biais favorable. Ces résultats appuient donc l'hypothèse H1d.

Comme nous l'avons présenté dans les paragraphes précédents, les résultats obtenus à l'aide des mesures $FINBN_{jt}$ et $FINQR_{jt}$ appuient l'hypothèse H1d, qui propose que la neutralité de l'information divulguée soit négativement liée à l'occurrence d'agissements court-termistes des sociétés. Dans une perspective de gestion des impressions, les entreprises peuvent utiliser la divulgation pour contrer les conséquences de leurs comportements court-termistes (Andrew et Cortese, 2013 ; Lanis et Richardson, 2012 ; Mohammed *et al.*, 2016 ; Prior *et al.*, 2008). Même si peu d'études se sont intéressées à l'incidence des comportements court-termistes sur la neutralité de l'information sociétale comme nous l'avons étudié, les résultats obtenus appuient les travaux antérieurs. Notamment, Lanis et Richardson (2012) et Mohammed *et al.* (2016) utilisent l'*effective tax rate* comme mesure de l'agressivité fiscale et de l'évitement fiscal, respectivement. Ces comportements fiscaux s'opposent par leur nature à la RSE, puisqu'ils visent à minimiser la part d'impôts dû à la société dans son ensemble. Leurs résultats démontrent que plus les entreprises sont engagées en RSE, moins elles tendent à adopter des comportements fiscaux agressifs (Lanis & Richardson, 2012a; Mohammed et al., 2016). Ceci rejoint la perspective du découplage entre les activités et les divulgations tel qu'appuyé par plusieurs travaux antérieurs (Berrone *et al.*, 2015; Bouten et Everaert, 2015; Kolk *et al.*, 2008; Testa, Boiral et Iraldo, 2018). Dans cette logique, il se peut que les entreprises qui divulguent principalement des graphiques à tendance favorable tentent de manipuler la perception des parties prenantes dans le but de minimiser leurs comportements s'opposant à la RSE. Ainsi, comme le propose Prior *et al.* (2008), qui mesure la gestion

des bénéfices par les *accruals*, les entreprises peuvent « s'ancrer » dans la RSE afin de camoufler leurs manipulations.

4.2.5 Les résultats liés aux variables de contrôle

4.2.5.1 *L'audit de l'information sociétale (AUDIT_{jt}) et l'audit de l'information sociétale par un grand cabinet comptable (BIG4_{jt})*

Une variable dichotomique AUDIT_{jt} est présente dans nos modèles. Cette variable dichotomique indique si l'entreprise obtient un audit de l'information sociétale. De même, une variable BIG4_{jt} est incluse dans tous les modèles analysés. Cette variable prend une valeur de 1 si l'entreprise engage un grand cabinet comptable (Big4) pour effectuer l'audit de l'information sociétale et de 0 autrement.

Le coefficient de la variable AUDIT_{jt} est négatif et significatif au seuil 0,05 dans tous les modèles (à l'exception du modèle 1.5 où le coefficient est significatif au seuil 0,01 et le modèle 1.3, où le coefficient est marginalement significatif au seuil 0,10). L'obtention d'un audit de l'information sociétale semble donc mener à de l'information avec moins de biais favorables, donc à plus neutralité dans la présentation des graphiques. Pour sa part, le coefficient de la variable BIG4_{jt} est positif et significatif au seuil 0,01 dans la plupart des modèles. Ces résultats s'opposent donc à ceux liés à l'obtention d'un audit de l'information sociétale (AUDIT_{jt}). Ainsi, lorsque les entreprises obtiennent un audit de l'information sociétale par un grand cabinet comptable, les graphiques tendent à avoir un biais favorable, ce qui mène à moins de neutralité.

Parmi les travaux antérieurs s'intéressant à la neutralité et à l'audit de l'information sociétale, les résultats demeurent mitigés. Selon certains auteurs, l'obtention d'un audit influence la perception de crédibilité et permet d'accroître la légitimité des entreprises (Gillet, 2012 ; Hodge *et al.*, 2009 ; Sethi *et al.*, 2017). Néanmoins, l'obtention d'un audit n'est pas nécessairement représentative de l'engagement en RSE (Ball *et al.*, 2000) et peut être une stratégie pour gérer les impressions des parties prenantes (Boiral *et al.*, 2018 ;

Boiral et Heras-Saizarbitoria, 2020). En effet, certains travaux se sont intéressés à l'audit de l'information sociétale comme stratégie de gestion des impressions et proposent que malgré l'obtention d'un audit, l'information divulguée tende à être favorable (Boiral *et al.*, 2018, 2019 ; Boiral et Heras-Saizarbitoria, 2020 ; Sethi *et al.*, 2017). De même, il se peut que l'audit soit lié à la commercialisation de l'assurance (Hickman et Cote, 2019), où les grands cabinets perçoivent l'assurance de l'information sociétale comme une opportunité de facturation supplémentaire (Boiral *et al.*, 2018 ; Boiral et Heras-Saizarbitoria, 2020). Nos résultats s'alignent avec les conclusions de ces auteurs. Dans cette logique, il semble que les résultats liés à l'incidence de l'audit des divulgations sociétales demeurent mitigés. Dans certaines études, l'audit est perçu comme un engagement envers la RSE, alors que dans d'autres travaux, il s'agit plutôt d'une stratégie symbolique pour manipuler parties prenantes. Ainsi, les résultats obtenus proposent que la neutralité de l'information puisse être influencée par le choix de l'auditeur (Big4 ou non), ce qui apporte un nouvel élément à considérer.

4.2.5.2 Le secteur d'activité de l'entreprise (MAT_{jt} , MAN_{jt})

En ce qui concerne le secteur d'activité des entreprises qui produisent des rapports sociétaux, seuls les coefficients du secteur manufacturier (MAN_{jt}) et du secteur des matériaux (MAT_{jt}) sont significatifs. Ces variables dichotomiques indiquent si l'entreprise fait partie d'un secteur d'activité ou non. Le coefficient de la variable MAN_{jt} , représentant le secteur manufacturier, est positif et significatif au seuil 0,05 dans la plupart des modèles analysés. Ainsi, lorsque les entreprises font partie du secteur manufacturier, celles-ci tendent à présenter des graphiques dans leurs rapports sociétaux avec plus de biais favorables, donc moins neutre.

À l'opposé, le coefficient de la variable MAT_{jt} , représentant le secteur des matériaux, est négatif et significatif aux seuils 0,01 ou 0,05 dans tous les modèles. Dans cette logique, lorsque l'entreprise fait partie du secteur des matériaux, les graphiques incluent dans les rapports sociétaux semblent présenter moins de biais favorables. Il semble donc que l'industrie dans laquelle évolue une entreprise peut avoir une incidence sur la

neutralité de l'information sociétale divulguée, mais les résultats peuvent différer selon le secteur.

Des résultats similaires sont également notés dans les travaux antérieurs. En effet, les entreprises qui évoluent dans des secteurs polluants ou qui attirent une grande visibilité médiatique tendent à produire plus de divulgations sociétales (Brown et Deegan, 1998 ; Cho, Michelon, *et al.*, 2015 ; Dyduch et Krasodomska, 2017 ; Gray *et al.*, 2001 ; Patten, 1991). Néanmoins, il se peut que ce soit fait par effort de rehausser la légitimité de l'entreprise (Cho, Michelon, *et al.*, 2015 ; Dyduch et Krasodomska, 2017).

4.2.5.3 La taille de l'entreprise ($ACTIFS_{jt}$)

La variable $ACTIFS_{jt}$ est la mesure de la taille. Rappelons que $ACTIFS_{jt}$ est mesuré par le logarithme naturel des actifs totaux. Dans tous les modèles analysés, le coefficient de la variable est négatif, mais seuls les modèles 1.1, 1.2 et 1.8 sont marginalement significatifs au seuil 0,10. Dans cette logique, plus grande est la taille de l'entreprise, moins les rapports sociétaux présenteront de graphiques à tendance favorable, donc plus l'information sera dite neutre.

Parmi les travaux antérieurs qui se sont intéressés à la taille de l'entreprise, plusieurs révèlent que la taille a une incidence sur l'étendue de la divulgation sociétale (Cho, Michelon, *et al.*, 2015 ; Dyduch et Krasodomska, 2017 ; Patten, 1991). Au contraire, selon Fernandez-Feijoo *et al.* (2014a) les entreprises de grandes tailles divulguent de l'information moins transparente. Cependant, la taille peut également mener à plus de visibilité, ce qui peut avoir une incidence sur l'information divulguée. En effet, comme le suggère Thorne *et al.* (2014) et Patten (1991), les grandes entreprises subissent plus de pressions publiques, ce qui mène à plus de divulgation. Ainsi, il se peut que les organisations de grandes tailles répondent aux besoins des parties prenantes pour de l'information équilibrée à l'aide de leurs rapports sociétaux, d'où la divulgation dite plus neutre.

4.2.5.4 La profitabilité de l'entreprise (ROA_{jt})

Pour sa part, la variable ROA_{jt} est la mesure de la profitabilité de l'entreprise. Rappelons que le ROA_{jt} est le rendement des actifs. Dans tous les modèles analysés, le coefficient est négatif, mais seul le modèle 1.7 est marginalement significatif au seuil 0,10. Dans cette logique, plus la profitabilité de l'entreprise est élevée, moins les rapports sociétaux divulguent des graphiques à tendance favorable, donc plus l'information est dite neutre. Ces résultats sont similaires à ceux de Abu Bakar et Ameer (2011) et Beuselinck *et al.* (2018) qui proposent que lorsque la performance financière et la performance sociétale sont faibles, les entreprises peuvent être tentées de masquer la situation. Ainsi, les entreprises peuvent tenter de manipuler l'information divulguée afin de présenter une image favorable de l'entreprise ; alors que les entreprises où la rentabilité n'est pas problématique ne le feront pas.

4.2.6 Les analyses supplémentaires et les tests non paramétriques

En raison du non-respect de la linéarité, nous avons effectué des tests non paramétriques. En ce qui concerne la variable dépendante, soit la neutralité, elle est transformée en variable dichotomique à l'aide de la médiane et de la moyenne. Pour les analyses qui mobilisent une variable indépendante ou une variable de contrôle dichotomique, des tests du Chi-Deux sont effectués (Corder et Foreman, 2014). Ces résultats sont interprétés à l'aide de tableaux croisés. Pour leur part, les analyses qui mobilisent une variable indépendante ou une variable de contrôle continue, les tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov sont effectués. Le test Mann-Whitney U est l'équivalent non paramétrique du Test-T et de l'ANOVA.

Le tableau 4.11 présente les résultats des tests du Chi-Deux, de même que le Phi et le V de Cramer. Les tableaux croisés sont présentés dans le tableau 4.12. Pour leur part, les tableaux 4.13 et 4.14 présentent les résultats des tests Mann-Whitney U et des tests Kolmogorov-Smirnov respectivement.

Tableau 4.11
Résultats des tests du Chi-Deux – Neutralité

	N	Médiane						Moyenne					
		Chi-deux		Phi		V de Cramer		Chi-deux		Phi		V de Cramer	
PHOTO _{jt} ¹	131	3,486		n.a.		n.a.		3,607		n.a.		n.a.	
CRSE _{jt}	183	4,576	**	-0,158	**	0,158	**	5,018	**	-0,166	**	0,166	**
BIG4 _{jt}	183	0,229		0,035		0,035		0,798		0,066		0,066	
GRI _{jt}	183	0,264		-0,038		0,038		0,966		-0,073		0,073	
A2016 _{jt}	183	0,023		0,011		0,011		0,699		0,062		0,062	
A2017 _{jt}	183	0,033		0,014		0,014		0,097		-0,023		0,023	
MAN _{jt}	183	11,762	***	0,254	***	0,254	***	8,611	***	0,217	***	0,217	***
MAT _{jt}	183	10,744	***	-0,242	***	0,242	***	13,084	***	-0,267	***	0,267	***
ENER _{jt}	183	0,017		0,01		0,01		0,523		0,053		0,053	

*** p < 0,01 ; ** p < 0,05 ; * p < 0,10

¹ La variable PHOTO_{jt} est une variable catégorique, mais avec 4 options, le Phi et le V de Cramer ne peuvent donc pas être utilisés pour cette variable.

Tableau 4.12
Tableaux croisés – Neutralité

	Plus que médiane		Plus que moyenne	
	n	%	n	%
Comité de gouvernance lié à la RSE (CRSE_{jt})				
Oui (n = 108)	46	42,6 %	51	47,2 %
Non (n = 75)	44	58,7 %	48	64,0 %
Obtention d'un audit par un grand cabinet comptable (BIG4_{jt})				
Oui (n = 38)	20	52,6 %	23	60,5 %
Non (n = 145)	70	48,3 %	76	52,4 %
Rapport sociétal en conformité avec la GRI (GRI_{jt})				
Oui (n = 93)	44	43,3 %	47	50,5 %
Non (n = 90)	46	51,1 %	52	57,8 %
Année 2016 (A2016_{jt})				
Oui (n = 58)	29	50,0 %	34	58,6 %
Non (n = 125)	61	48,8 %	65	52,0 %
Année 2017 (A2017_{jt})				
Oui (n = 74)	37	50,0 %	39	52,7 %
Non (n = 109)	53	48,6 %	60	55,0 %
Secteur manufacturier (MAN_{jt})				
Oui (n = 23)	19	82,6 %	19	82,6 %
Non (n = 160)	71	44,4 %	80	50,0 %
Secteur matériaux (MAT_{jt})				
Oui (n = 62)	20	32,3 %	22	35,5 %
Non (n = 121)	70	57,9 %	77	63,6 %
Secteur énergie (ENER_{jt})				
Oui (n = 46)	23	50,0 %	27	58,7 %
Non (n = 137)	67	48,9 %	72	52,6 %
Importance de la photo du PDG dans le rapport annuel (PHOTO_{jt})				
Aucune photo (n = 41)	25	61,0 %	26	63,4 %
Avec d'autres dirigeants (n = 15)	7	46,7 %	8	53,3 %
Moins d'une demi-page (n = 61)	34	55,7 %	39	63,9 %
Plus d'une demi-page (n = 14)	11	78,6 %	12	85,7 %

Tableau 4.13
Résultats des tests Mann-Whitney U¹ – Neutralité

Variables	Médiane			Moyenne		
	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z
IMAGE _{jt}	4 131,5	8 226,5	-0,149	3 780,5	8 730,5	-1,057
GOUV _{jt}	3 189	7 284	-2,244 **	3 276	6 597	-1,907 *
COMM _{jt}	3 009	6 664	-1,881 *	3 110	7 481	-1,473
ESP _{jt}	2 842,5	5 845,5	-1,206	2 904,5	6 645,5	-0,95
HORSESP _{jt}	2 706	5 632	-0,536	2 760	4 971	-0,169
FINBPA _{jt}	3 734,5	7 739,5	-1,02	3 795,5	8 646,5	-0,773
FINBN _{jt}	3 534	7 104	-0,62	3 503	7 874	-0,661
FINQR _{jt}	2 433	4 989	-0,497	2 544	5 470	-0,008
ACTIFS _{jt}	3 841	8 119	-0,841	3 498	6 984	-1,725
ROA _{jt}	4 122	8 217	-0,051	3 829	8 779	-0,79

*** $p < 0,01$; ** $p < 0,05$; * $p < 0,10$

¹ À noter que la somme des rangs pour tous les modèles sont présentés à l'annexe 11.

Tableau 4.14
Résultats des tests Kolmogorov-Smirnov – Neutralité

Variables	Médiane				Moyenne			
	Différences les plus extrêmes			Kolmogorov-Smirnov Z	Différences les plus extrêmes			Kolmogorov-Smirnov Z
	Absolue	Positive	Négative		Absolue	Positive	Négative	
IMAGE _{jt}	0,114	0,110	-0,114	0,771	0,165	0,165	-0,064	1,114
GOUV _{jt}	0,192	0,192	-0,022	1,284 *	0,170	0,002	-0,170	1,130
COMM _{jt}	0,165	0,000	-0,165	1,074	0,148	0,148	-0,004	0,962
ESP _{jt}	0,130	0,067	-0,130	0,819	0,136	0,136	-0,049	0,860
HORSESP _{jt}	0,135	0,135	-0,046	0,831	0,097	0,081	-0,097	0,589
FINBPA _{jt}	0,135	0,037	-0,135	0,908	0,130	0,130	-0,047	0,873
FINBN _{jt}	0,113	0,058	-0,113	0,744	0,128	0,128	-0,110	0,836
FINQR _{jt}	0,074	0,036	-0,074	0,440	0,076	0,076	-0,069	0,456
ACTIFS _{jt}	0,179	0,179	-0,059	1,207	0,229	0,028	-0,229	1,541 **
ROA _{jt}	0,116	0,071	-0,116	0,782	0,142	0,142	-0,039	0,951

*** $p < 0,01$; ** $p < 0,05$; * $p < 0,10$

4.2.6.1 Les résultats liés aux hypothèses de recherche

L'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$)

La variable de l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$) est une variable continue, elle est donc analysée à l'aide des tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov (Corder et Foreman, 2014). Dans ce modèle, comme dans le cadre du modèle de régression présenté plus haut, le coefficient $IMAGE_{jt}$ n'est pas significatif. Ainsi, nous ne pouvons pas conclure que nos résultats appuient l'hypothèse H1a selon laquelle la neutralité de l'information sociétale divulguée soit négativement liée à l'image organisationnelle des sociétés.

Les pratiques de gouvernance ($GOUV_{jt}$)

Dans le cadre de l'analyse des pratiques de gouvernance ($GOUV_{jt}$), notre hypothèse H1b propose que la neutralité de l'information divulguée soit positivement liée aux pratiques de gouvernance reconnues des sociétés. Cette variable est continue, elle est donc analysée à l'aide des tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov (Corder et Foreman, 2014). Les résultats des tests Mann-Whitney U démontrent que les résultats sont significatifs au seuil 0,05 pour la médiane ($U = 3\ 189$; moins que la médiane = 90 ; plus que la médiane = 88) et marginalement significatifs au seuil 0,10 pour la moyenne ($U = 3\ 276$; moins que la moyenne = 81 ; plus que la moyenne = 97). La somme des rangs supérieurs à la médiane ($\Sigma R = 8\ 647$) est supérieure à la somme des rangs inférieurs à la médiane ($\Sigma R = 7\ 284$) (pour la moyenne : > moyenne $\Sigma R = 9\ 334$; < moyenne $\Sigma R = 6\ 597$). Ainsi, nous pouvons affirmer que les données appuient que les rapports sociétaux qui présentent plus de graphiques à tendance favorable que la médiane (et moyenne) obtiennent un score de gouvernance plus élevé.

Pour sa part, les tests Kolmogorov-Smirnov révèlent que la différence est marginalement significative pour la médiane (différences les plus extrêmes = 0,192 ; $p < 0,10$) et non significative pour la moyenne. Ainsi, les données appuient que les rapports

sociétaux qui présentent plus de graphiques à tendance favorable que la médiane obtiennent un score de gouvernance marginalement plus élevé que ceux inférieurs à la médiane.

Ces résultats nous mènent à la même conclusion que lors l'analyse de régression, soit que : plus le score de gouvernance est élevé, indiquant l'adoption de pratiques de gouvernance reconnues, plus le pourcentage de graphiques à tendance favorable augmente, indiquant alors moins de neutralité. Ainsi, encore une fois les résultats s'opposent à l'hypothèse H1b.

Le narcissisme managérial ($NARC_{jt}$)

En ce qui concerne les différentes mesures du narcissisme managérial, la mesure de l'importance de la photo du PDG dans le rapport annuel de la société ($PHOTO_{jt}$) est analysée à l'aide du test du Chi-Deux et des tableaux croisés, puisqu'il s'agit d'une variable catégorique. Néanmoins, tel que présenté dans le tableau 4.11, ce coefficient n'est pas significatif.

Pour leur part, l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société ($COMM_{jt}$) ; la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (ESP_{jt}) ; et la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société ($HORSESP_{jt}$) sont mesurés à l'aide des tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov. Ces trois variables sont continues.

Seul le coefficient de la variable $COMM_{jt}$ est marginalement significatif au seuil 0,10 pour la médiane ($U = 3\ 009$; moins que la médiane = 85 ; plus que la médiane = 85), mais non significatif pour la moyenne. La somme des rangs supérieurs à la médiane ($\Sigma R = 6\ 664$) est inférieure à la somme des rangs inférieurs à la médiane ($\Sigma R = 7\ 871$). Néanmoins, les tests Kolmogorov-Smirnov révèlent que cette différence n'est pas significative ni pour la médiane ni la moyenne.

Nous pouvons donc affirmer que les données appuient que les rapports sociétaux qui présentent plus de graphiques à tendance favorable que la médiane mentionnent moins le nom du PDG dans les communiqués de presse. Dans cette logique, moins le PDG est mentionné dans les communiqués de presse, plus les graphiques présenteront de biais favorables. Comme dans les analyses des modèles de régression, ces résultats s'opposent à notre hypothèse H1c qui propose que la neutralité de l'information divulguée soit négativement liée aux hauts dirigeants narcissiques des sociétés.

L'occurrence de comportements court-termistes (FIN_{jt})

Les variables de l'occurrence de comportements court-termistes (FIN_{jt}), tel que mesuré par $FINBPA_{jt}$, $FINBN_{jt}$ et $FINQR_{jt}$ sont analysées à l'aide des tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov. Néanmoins, les coefficients ne sont pas significatifs. Ainsi, nous ne pouvons pas conclure que nos résultats appuient l'hypothèse H1d selon laquelle la neutralité de l'information divulguée soit négativement liée à l'occurrence d'agissements court-termistes des sociétés.

4.2.6.2 Les résultats liés aux variables de contrôle

Le secteur d'activité de l'entreprise (MAT_{jt} , MAN_{jt})

Comme nous l'avons élaboré précédemment, la variable MAN_{jt} représente le secteur manufacturier et MAT_{jt} le secteur des matériaux. Comme il s'agit de variables dichotomiques, des tests du Chi-Deux, Phi et V de Cramer sont effectués. Les coefficients sont significatifs au seuil 0,01 pour la moyenne et la médiane. Pour interpréter ces résultats, nous utilisons les tableaux croisés, tel que présenté dans le tableau 4.12.

En ce qui concerne le secteur des matériaux (MAT_{jt}), seulement 32,3 % ($n = 20$) des rapports sociétaux qui présentent plus de graphiques à tendance favorable que la médiane (moyenne : 35,5 % ; $n = 22$) font partie de ce secteur ($n = 62$). Ainsi, les entreprises qui font partie du secteur des matériaux tendent à présenter moins de graphiques

à tendance favorable dans leurs rapports sociétaux, donc plus neutres. Pour leur part, 82,6 % ($n = 19$) des rapports sociétaux qui présentent plus de graphiques à tendance favorable que la médiane et la moyenne font partie du secteur manufacturier ($n = 23$). Il semble donc que les entreprises œuvrant dans ce secteur présentent de l'information sociétale à biais favorable, donc moins neutre. Ces résultats sont les mêmes que ceux obtenus lors de nos analyses de régression.

La présence d'un comité de gouvernance lié à la RSE ($CRSE_{jt}$)

La variable $CRSE_{jt}$ est une variable dichotomique qui prend une valeur de 1 si l'entreprise dispose d'un comité de gouvernance lié à la RSE. Dans le cadre de l'analyse du Chi-Deux, du Phi et du V de Cramer, le coefficient de la variable est significatif au seuil 0,05 pour la médiane et la moyenne. Tel que présenté dans les tableaux croisés (tableau 4.12), 42,6 % ($n = 46$) des rapports sociétaux qui présentent plus de graphiques à tendance favorable que la médiane (moyenne : 47,2 % ; $n = 51$) disposent d'un comité de gouvernance lié à la RSE ($n = 108$). Ainsi, la présence d'un comité de gouvernance semble mener les entreprises à présenter moins de graphiques à tendance favorable dans leurs rapports sociétaux, donc à plus de neutralité.

La taille de l'entreprise ($ACTIFS_{jt}$)

La variable $ACTIFS_{jt}$ est mesurée par le logarithme naturel des actifs totaux. Dans le cadre de notre analyse, seul le test Kolmogorov-Smirnov est significatif au seuil 0,05 pour la moyenne. Ainsi, nous ne pouvons interpréter les résultats obtenus.

4.2.7 Conclusions sur les résultats liés au Modèle 1 : Neutralité

Comme le présente les résultats obtenus, les graphiques dans les rapports sociétaux présentent majoritairement des tendances favorables, ce qui peut être un indicateur de gestion des impressions. Toutefois, comme le démontre les résultats liés à la gouvernance, il se peut également que l'optimisme soit un indicateur d'engagement envers la RSE et d'une

performance supérieure. De même, il semble que les investissements en RSE tel que la mise en place d'un comité de gouvernance lié à la RSE et l'audit de l'information sociétale soit associé à la neutralité de l'information. Ainsi, il semble que malgré certaines tentatives de gestion des impressions, l'engagement en RSE demeure un facteur important pour assurer la qualité du reporting sociétal. Afin de synthétiser les résultats obtenus dans notre analyse de la neutralité de l'information sociétale divulguée, nous présentons un sommaire dans le tableau 4.15. Les résultats des modèles de régression, des tests Chi-Deux, des tests Mann-Whitney U et des Kolmogorov-Smirnov sont robustes et constants.

Tableau 4.15
Synthèse des résultats obtenus - Neutralité

Variables	Hypothèses	Hypothèses		Incidence sur la variable dépendante (NEUT _{it})	
		Résultats des tests paramétriques (modèles de régression)	Résultats des tests non paramétriques (Chi-Deux, Mann-Whitney U, Kolmogorov-Smirnov)	Signe du coefficient et incidence sur la neutralité, lorsque significatif (modèles de régression)	Incidence sur la neutralité, lorsque significatif (Chi-Deux, Mann-Whitney U, Kolmogorov-Smirnov)
IMAGE _{it}	H1a	Non significatif	Non significatif	Non significatif	Non significatif
GOUV _{it}	H1b	Opposés à notre hypothèse	Opposés à notre hypothèse	Positif ↑ graphiques à tendance favorable	↑ graphiques à tendance favorable
PHOTO _{it}	H1c	Appuyée	Non significatif	Positif ↑ graphiques à tendance favorable	Non significatif
COMM _{it}		Opposés à notre hypothèse	Opposés à notre hypothèse	Négatif ↓ graphiques à tendance favorable	↓ graphiques à tendance favorable
ESP _{it}		Opposés à notre hypothèse	Non significatif	Négatif ↓ graphiques à tendance favorable	Non significatif
HORSESP _{it}		Opposés à notre hypothèse	Non significatif	Négatif ↓ graphiques à tendance favorable	Non significatif
FINBPA _{it}	H1d	Non significatif	Non significatif	Non significatif	Non significatif
FINBN _{it}		Appuyée	Non significatif	Positif ↑ graphiques à tendance favorable	Non significatif
FINQR _{it}		Appuyée	Non significatif	Négatif ↓ graphiques à tendance favorable	Non significatif
ACTIFS _{it}	n.a.	n.a.	n.a.	Négatif ↓ graphiques à tendance favorable	Non significatif
ROA _{it}	n.a.	n.a.	n.a.	Négatif ↓ graphiques à tendance favorable	Non significatif
CRSE _{it}	n.a.	n.a.	n.a.	Non significatif	↓ graphiques à tendance favorable
AUDIT _{it}	n.a.	n.a.	n.a.	Négatif ↓ graphiques à tendance favorable	Non significatif
MAN _{it}	n.a.	n.a.	n.a.	Positif ↑ graphiques à tendance favorable	↑ graphiques à tendance favorable
MAT _{it}				Négatif ↓ graphiques à tendance favorable	↓ graphiques à tendance favorable
ENER _{it}				Non significatif	Non significatif
A2016 _{it}	n.a.	n.a.	n.a.	Non significatif	Non significatif
A2017 _{it}	n.a.	n.a.	n.a.	Non significatif	Non significatif
GRI _{it}	n.a.	n.a.	n.a.	Non significatif	Non significatif
BIG4 _{it}	n.a.	n.a.	n.a.	Positif ↑ graphiques à tendance favorable	Non significatif

4.3 MODÈLE 2 : EXHAUSTIVITÉ

Dans le cadre de notre deuxième modèle de régression, nous analysons l'exhaustivité de l'information sociétale à l'aide des grilles de codage sur les divulgations *hard* et *soft*. Rappelons que l'équation de régression servant à vérifier les hypothèses posées se présente comme suit :

$$(2) EXH_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 DET_{jt} + \alpha_2 GRI_{jt} + \alpha_3 AUDIT_{jt} + \alpha_4 CRSE_{jt} + \alpha_5 BIG4_{jt} + \alpha_6 TAILLE_{jt} + \alpha_7 PROFIT_{jt} + \alpha_8 MAN_{jt} + \alpha_9 MAT_{jt} + \alpha_{10} ENER_{jt} + \alpha_{11} A2016_{jt} + \alpha_{12} A2017_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

Où

EXH_{jt} = la mesure de l'information complète (exhaustivité) par les divulgations *Hard* et *Soft* pour l'information environnementale (Clarkson *et al.*, 2008), économique (Coulmont, Berthelot et Thibault, 2013) et sociale (Sutantoputra, 2009) de l'entreprise j à l'année t ;

DET_{jt} = le déterminant de la qualité, mesuré avec les variables pour chacune des hypothèses

- $IMAGE_{jt}$ = représente la mesure de l'image organisationnelle de l'entreprise j à l'année t. telle que mesurée par la couverture médiatique des entreprises et le coefficient Janis-Fadner (1943) ;
- $GOUV_{jt}$ = est la mesure de gouvernance de l'entreprise j à l'année t telle, que mesurée par le Corporate Board Games du Clarkson Centre for Business Ethics and Board Effectiveness à l'Université de Toronto ;
- $NARC_{jt}$ = représente le narcissisme managérial de l'entreprise j à l'année t. Nous utilisons quatre mesures différentes pour évaluer le narcissisme : (1) l'importance de la photo du PDG dans le rapport annuel de la société ($PHOTO_{jt}$) ; (2) l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société ($COMM_{jt}$) ; (3) la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (ESP_{jt}) et ; (4) la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société ($HORSESP_{jt}$) ;
- FIN_{jt} = représente la financiarisation de l'entreprise j à l'année t. Nous utilisons trois mesures différentes pour évaluer

l'occurrence de comportements court-termistes : (1) le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers ($FINBN_{jt}$), (2) le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) et (3) les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net ($FINQR_{jt}$) ;

GRI_{jt} = est la variable de contrôle pour la forme de reporting de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise est en conformité avec la Global Reporting Initiative (GRI) et de 0 dans le cas contraire ;

$AUDIT_{jt}$ = représentent la présence d'un audit de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise a été assujettie à un audit de son information sociétale et de 0 dans le cas contraire ;

$BIG4_{jt}$ = représentent la présence d'un audit par un grand cabinet comptable de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise obtient un audit de l'information sociétale par un grand cabinet comptable (Big4) et de 0 dans le cas contraire ;

$CRSE_{jt}$ = représentent la présence d'un comité lié à la RSE de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise dispose d'un comité de gouvernance sur la RSE et de 0 dans le cas contraire ;

$TAILLE_{jt}$ = représentent la taille de l'entreprise de l'entreprise j à l'année t , tel que mesuré par le logarithme naturel du total des actifs ($ACTIFS_{jt}$) et le total des revenus (REV_{jt}) ;

$PROFIT_{jt}$ = représentent la rentabilité de l'entreprise j à l'année t , tel que mesuré par le rendement des actifs totaux (ROA_{jt}) et le ratio Market-to-Book ($MtoB_{jt}$) ;

MAN_{jt} = une variable de contrôle pour le secteur manufacturier de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur manufacturier et de 0 dans le cas contraire ;

MAT_{jt} = une variable de contrôle pour le secteur des matériaux de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur des matériaux et de 0 dans le cas contraire ;

$ENER_{jt}$ = une variable de contrôle pour le secteur de l'énergie de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur de l'énergie et de 0 dans le cas contraire ;

$A2016_{jt}$ et $A2017_{jt}$ = les variables de contrôle pour l'année de l'entreprise j à l'année t . Elles sont mesurées par des variables dichotomiques prenant la valeur de 1 si l'entreprise publie son rapport dans l'année 2016 ou 2017 respectivement et de 0 dans le cas contraire.

4.3.1 Statistiques descriptives de l'exhaustivité

Le tableau 4.16 présente les statistiques descriptives de l'exhaustivité, telle qu'évaluée par la mesure des informations *hard* et *soft* de Clarkson *et al.* (2008), Sutantoputra (2009) et Berthelot, Coulmont et Thibault (2013). En moyenne, le pointage total de l'exhaustivité est 76,87 (médiane 80,5) sur un pointage maximal de 255. Le plus haut pointage obtenu est de 142. Ainsi, il semble que l'information soit, de manière globale, peu exhaustive. Il en est de même pour les différents volets analysés séparément (volet environnemental, moyenne : 29,35/95, médiane : 29 ; volet social, moyenne : 28,66/83, médiane : 29,5 ; volet économique, moyenne : 18,54/77, médiane : 19).

Tableau 4.16
Statistiques descriptives par caractéristiques – Exhaustivité

	N	Moy.	Méd.	Min.	Max.	É. t.	Var.
Exhaustivité pointage total : 255 points	188	76,87	80,5	9	142	32,98	1 087,54
Divulgations volet environnemental score total sur 95 points	190	29,35	29	0	58	14,48	209,8
Divulgations volet social score total sur 83 points	190	28,66	29,5	2	51	11,11	123,34
Divulgations volet économique score total sur 77 points	188	18,54	19	0	40	10,9	118,76

Gosselin (2021)

Pour sa part, le tableau 4.17 présente les statistiques par secteur d'activité. Les entreprises évoluant dans le secteur des télécommunications et des matériaux présentent en moyenne des pointages plus élevés que les autres secteurs d'activité (télécommunications, moyenne : 115,88 ; médiane : 103,55 ; matériaux, moyenne : 89,43 ; médiane : 92).

Tableau 4.17
Statistiques descriptives par secteur d'activité – Exhaustivité

Secteur d'activité	N=188	Exhaustivité pointage total : 255 points			Divulgations volet environnemental score total sur 95 points			Divulgations volet social score total sur 83 points			Divulgations volet économique score total sur 77 points		
		Moy.	Méd.	É. t.	Moy.	Méd.	É. t.	Moy.	Méd.	É. t.	Moy.	Méd.	É. t.
Biens de consommation de base	10	41,70	30,00	28,32	16,40	11,50	15,11	18,90	16,50	9,94	6,40	5,50	4,53
Biens de consommation discrétionnaire	19	51,16	31,00	38,79	21,95	18,00	16,23	18,74	11,00	15,56	10,47	10,00	9,37
Énergie	46	78,80	75,00	30,50	31,87	30,00	13,59	27,00	27,50	9,65	19,93	19,00	11,02
Manufacturier	23	66,00	70,00	21,87	22,39	24,00	8,13	29,83	30,00	8,00	13,78	12,00	9,27
Matériaux	65	89,43	92,00	28,39	33,00	34,00	13,47	32,62	33,00	9,71	22,80	25,00	9,01
Services publics	12	71,50	76,00	29,92	26,75	24,50	15,77	26,25	26,50	5,89	18,50	14,00	13,15
Technologie de l'information	5	64,20	56,00	17,78	24,40	23,00	9,29	27,80	28,00	2,28	12,00	10,00	8,63
Télécommunications	8	115,88	103,50	19,24	45,13	39,50	10,83	42,75	42,50	4,13	28,00	28,00	6,12

Gosselin (2021)

4.3.2 La validité du modèle de l'exhaustivité

Avant de procéder à l'analyse des déterminants qui ont une incidence sur l'exhaustivité de l'information sociétale, les modèles ont d'abord été analysés pour assurer leur validité¹⁷. Tout comme dans notre premier modèle, la variable dépendante est sur une échelle continue et il y a, dans notre modèle, plus de deux variables indépendantes (Kutner *et al.*, 2005). De même, tous les modèles analysés sont significatifs au seuil 0,05. De plus, le graphique de la relation entre la variable dépendante et les variables indépendantes est linéaire. Pour leur part, les R^2 ajustés varient entre 54,4 % et 61,5 %.

Par la suite, nous procédons à l'analyse des résidus et des coefficients. Tout d'abord, le test Durbin-Watson permet de vérifier s'il y a des problèmes d'autocorrélation des résidus et devrait se situer entre 1,5 et 2,5 (Kutner *et al.*, 2005). Dans tous les modèles analysés, à l'exception du modèle 2.9 qui mesure l'occurrence de comportements court-termistes à l'aide des flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net ($FINQR_{jt}$), le Durbin-Watson est inférieur à 1,5. En raison du problème d'autocorrélation des résidus, nous ne pouvons pas effectuer de régressions multiples. Pour ce faire nous optons pour des tests non paramétriques. Néanmoins, il ne semble pas y avoir de problème d'hétéroscédasticité autour de la droite, ni d'effet de « *spray* », ni de valeurs aberrantes significatives (Kutner *et al.*, 2005). Par ailleurs, à la suite de l'analyse des *variances inflation factors* (VIF), il ne semble pas y avoir de problème de multicollinéarité, puisque tous les VIF sont inférieurs à 4. Selon Kutner *et al.* (2005), les VIF doivent être inférieurs à 10. De même, à première vue, les résidus semblent se distribuer normalement autour de la droite. Pour s'en assurer, le test de Skewness et Kurtosis sont effectués. Les valeurs de ces tests devraient se situer entre -1,96 et 1,96, ce qui est le cas pour tous les modèles. Néanmoins, le test Kolmogorov-Smirnov, qui mesure la concordance entre les fréquences de deux variables (Corder et Foreman, 2014), est inférieur au seuil de signification de 0,05. Nous devons rejeter l'hypothèse nulle et accepter que la distribution de l'échantillon ne soit pas normale.

¹⁷ Les modèles de régression sont présentés dans les analyses supplémentaires, puisque ces analyses n'ont pas été conservées pour l'interprétation des résultats.

4.3.2.1 Les analyses de sensibilité

Comme dans le modèle 1 : neutralité, nous avons également mesuré la taille à l'aide des revenus totaux (REV_{jt}) et la profitabilité à l'aide du ratio market-to-book ($MtoB_{jt}$). Dans tous les modèles analysés, les résultats sont stables et ne changent ni le sens ni le niveau de signification des déterminants. Encore une fois, dans ce modèle, le déterminant du narcissisme managérial ($NARC_{jt}$) est évalué à l'aide de quatre mesures différentes ($PHOTO_{jt}$, $COMM_{jt}$, ESP_{jt} , $HORSESP_{jt}$) et la financiarisation (FIN_{jt}) est mesurée à l'aide de trois mesures ($FINBN_{jt}$, $FINBPA_{jt}$, $FINQR_{jt}$), ces modèles sont également testés.

4.3.3 Les modèles de la relation entre l'exhaustivité et ses déterminants

Le tableau 4.18 présente les estimateurs des coefficients de corrélations entre les variables du modèle de l'exhaustivité de l'information sociétale. Comme prévu, une interrelation significative au seuil 0,05 est notée entre l'exhaustivité (EXH_{jt}) et les pratiques reconnues de gouvernance ($GOUV_{jt}$). De même, une interrelation significative est aussi notée entre la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (ESP_{jt}) et le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$).

Par ailleurs, en ce qui concerne les différentes mesures du narcissisme managérial ($NARC_{jt}$), une interrelation significative au seuil 0,05 est notée entre l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société ($COMM_{jt}$) et la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société ($HORSESP_{jt}$). De même, une interrelation est notée entre la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (ESP_{jt}) et la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société ($HORSESP_{jt}$).

De plus, des interrelations sont également notées entre les différents déterminants, soit une relation significative au seuil 0,05 entre la variable IMAGE_{jt} représentant la mesure de l'image organisationnelle de l'entreprise j à l'année t, tel que mesuré par la couverture médiatique des entreprises et le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers (FINBPA_{jt}). Par ailleurs, une relation significative au seuil 0,05 entre la variable GOUV_{jt} soit la mesure des pratiques de gouvernance de l'entreprise j à l'année t, et le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisées par le bénéfice par action selon les états financiers (FINBPA_{jt}). De même, il y a une interrelation significative au seuil 0,01 entre la mesure de l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société (COMM_{jt}) et le ratio des flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net (FINQR_{jt}).

D'autre part, une interrelation significative au seuil 0,01 est notée entre l'image organisationnelle (IMAGE_{jt}) et les actifs totaux (ACTIFS_{jt}), de même qu'entre la gouvernance (GOUV_{jt}) et les actifs totaux (ACTIFS_{jt}). Par ailleurs, les interrelations significatives financières suivantes sont également notées entre les variables FinBPA_{jt} et les actifs totaux (ACTIFS_{jt}) et le rendement des actifs (ROA_{jt}) ; de même qu'entre le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisées par le bénéfice net selon les états financiers (FINBN_{jt}) et le rendement des actifs (ROA_{jt}).

Tableau 4.18

Estimateurs des coefficients de corrélations entre les variables du modèle de la neutralité de l'information sociétale – Exhaustivité

	EXH _{jt}	IMAGE _{jt}	GOUV _{jt}	COMM _{jt}	ESP _{jt}	HORSESP _{jt}	FINBPA _{jt}	FINBN _{jt}	FINQR _{jt}	ACTIFS _{jt}	ROA _{jt}
EXH _{jt}	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
IMAGE _{jt}	-.007	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GOUV _{jt}	.176 *	-.108	-	-	-	-	-	-	-	-	-
COMM _{jt}	-.095	.086	-.11	-	-	-	-	-	-	-	-
ESP _{jt}	.208 **	-.015	.129	.042	-	-	-	-	-	-	-
HORSESP _{jt}	.066	-.013	.073	.206 *	.159 *	-	-	-	-	-	-
FINBPA _{jt}	-.149 *	.161 *	-.173 *	.119	-.019	-.126	-	-	-	-	-
FINBN _{jt}	.093	.053	-.028	-.074	.049	-.083	.079	-	-	-	-
FINQR _{jt}	-.078	-.034	-.102	.299 **	-.074	.019	-.08	-.002	-	-	-
ACTIFS _{jt}	.092	-.378 **	.334 **	-.121	.051	.093	-.179 *	-.097	-	-	-
ROA _{jt}	.007	.045	.072	-.001	-.107	.088	-.24 **	-.52 **	-.15	-.03	-

** p < 0,01 ; * p < 0,05

EXH_{jt} est la mesure de l'information complète (exhaustivité) par les divulgations *Hard* et *Soft* pour l'information environnementale (Clarkson *et al.*, 2008), économique (Coulmont, Berthelot et Thibault, 2013) et sociale (Sutantoputra, 2009) de l'entreprise j à l'année t ; *IMAGE_{jt}* = représente la mesure de l'image organisationnelle de l'entreprise j à l'année t telle que mesurée par la couverture médiatique des entreprises et le coefficient Janis-Fadner (1943) ; *GOUV_{jt}* = est la mesure de gouvernance de l'entreprise j à l'année t ; *NARC_{jt}* = représente le narcissisme managérial de l'entreprise j à l'année t, mesuré par l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société (*COMM_{jt}*) ; la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (*ESP_{jt}*) ; la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (*HORSESP_{jt}*) ; *FIN_{jt}* représente la financiarisation de l'entreprise j à l'année t tel que mesuré par le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers (*FINBN_{jt}*), le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers (*FINBPA_{jt}*) et les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net (*FINQR_{jt}*) ; *TAILLE_{jt}* = représentent la taille de l'entreprise de l'entreprise j à l'année t tel que mesuré par le total des actifs (*ACTIFS_{jt}*) ; *PROFIT_{jt}* = représentent la rentabilité tel que mesuré par le rendement des actifs totaux (*ROA_{jt}*) de l'entreprise j à l'année t.

4.3.4 Les résultats liés aux déterminants de la qualité

En raison des problèmes d'autocorrélations des résidus et de linéarité, nous effectuons des tests non paramétriques. En ce qui concerne la variable dépendante, soit l'exhaustivité, elle est transformée en variable dichotomique à l'aide de la médiane et de la moyenne. Pour les analyses qui mobilisent une variable indépendante ou une variable de contrôle dichotomique, des tests du Chi-Deux sont effectués (Corder et Foreman, 2014). Ces résultats sont interprétés à l'aide des tableaux croisés. Pour leur part, les analyses qui mobilisent une variable indépendante ou une variable de contrôle continue, les tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov. Le tableau 4.19 présente les résultats des tests du Chi-Deux, de même que le Phi et le V de Cramer. Les résultats des tableaux croisés sont synthétisés dans le tableau 4.20. Pour leur part, les tableaux 4.21 et 4.22 présentent les résultats des tests Mann-Whitney U et les tests Kolmogorov-Smirnov.

Tableau 4.19
Résultats des tests du Chi-Deux – Exhaustivité

		Médiane						Moyenne					
		Chi-deux		Phi		V de Cramer		Chi-deux		Phi		V de Cramer	
N													
PHOTO _{jt} ¹	136	16,473	***	n.a.		n.a.		15,997	***	n.a.		n.a.	
CRSE _{jt}	188	22,273	***	0,344	***	0,344	***	17,210	***	0,303	***	0,303	***
BIG4 _{jt}	188	25,120	***	0,366	***	0,366	***	25,181	***	0,366	***	0,366	***
GRI _{jt}	188	66,713	***	0,596	***	0,596	***	74,214	***	0,628	***	0,628	***
A2016 _{jt}	188	1,003		0,073		0,073		0,679		0,060		0,060	
A2017 _{jt}	188	0,511		-0,052		0,052		0,180		-0,031		0,031	
MAN _{jt}	188	1,363		-0,085		0,085		2,081		-0,105		0,105	
MAT _{jt}	188	13,896	***	0,272	***	0,272	***	12,329	***	0,256	***	0,256	***
ENER _{jt}	188	0,580		-0,056		0,056		1,390		-0,086		0,086	

*** p < 0,01 ; ** p < 0,05 ; * p < 0,10

¹ La variable PHOTO_{jt} est une variable catégorique, mais avec 4 options, le Phi et le V de Cramer ne peuvent donc pas être utilisés pour cette variable.

Tableau 4.20
Tableaux croisés – Exhaustivité

	Plus que médiane		Plus que moyenne	
	n	%	n	%
Comité de gouvernance lié à la RSE (CRSE_{jt})				
Oui (n = 111)	72	64,9 %	73	65,8 %
Non (n = 77)	23	29,9 %	27	35,1 %
Obtention d'un audit par un grand cabinet comptable (BIG4_{jt})				
Oui (n = 38)	33	86,8 %	34	89,5 %
Non (n = 150)	62	41,3 %	66	44,0 %
Rapport sociétal en conformité avec la GRI (GRI_{jt})				
Oui (n = 95)	76	80,0 %	80	84,2 %
Non (n = 93)	19	20,4 %	20	21,5 %
Année 2016 (A2016_{jt})				
Oui (n = 59)	33	55,9 %	34	57,6 %
Non (n = 129)	62	48,1 %	66	51,2 %
Année 2017 (A2017_{jt})				
Oui (n = 76)	36	47,4 %	39	51,3 %
Non (n = 112)	59	52,7 %	61	54,5 %
Secteur manufacturier (MAN_{jt})				
Oui (n = 23)	9	39,1 %	9	39,1 %
Non (n = 165)	86	52,1 %	91	55,2 %
Secteur matériaux (MAT_{jt})				
Oui (n = 65)	45	69,2 %	46	70,8 %
Non (n = 123)	50	40,7 %	54	43,9 %
Secteur énergie (ENER_{jt})				
Oui (n = 46)	21	45,7 %	21	45,7 %
Non (n = 142)	74	52,1 %	79	55,6 %
Importance de la photo du PDG dans le rapport annuel (PHOTO_{jt})				
Aucune photo (n = 44)	11	25,0 %	13	29,5 %
Avec d'autres dirigeants (n = 15)	9	60,0 %	9	60,0 %
Moins d'une demi-page (n = 63)	40	63,5 %	43	68,3 %
Plus d'une demi-page (n = 14)	8	57,1 %	8	57,1 %

Tableau 4.21
Résultats du test Mann-Whitney U¹ – Exhaustivité

Variables	Médiane				Moyenne			
	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z		Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	
IMAGE _{jt}	4 041,5	8 412,5	-1,008		4 111,5	8 027,5	-0,775	
GOUV _{jt}	3 386	7 572	-2,234	**	3 418	7 159	-2,106	**
COMM _{jt}	3 337,5	7 523,5	-1,447		3 162,5	7 722,5	-1,909	*
ESP _{jt}	2 472	6 042	-2,921	***	2 523	5 763	-2,754	***
HORSESP _{jt}	2 558	6 044	-1,543		2 569	5 729	-1,55	
FINBPA _{jt}	4 306,5	8 771,5	-0,048		4 234,5	9 184,5	-0,197	
FINBN _{jt}	3 935	8 306	-0,051		3 827	8 483	-0,318	
FINQR _{jt}	2 515	5 518	-0,839		2 524	5 845	-0,73	
ACTIFS _{jt}	4 066	8 344	-0,822		4 014	7 842	-0,91	
ROA _{jt}	4 121	8 399	-0,673		4 091	7 919	-0,702	

*** p < 0,01 ; ** p < 0,05 ; * p < 0,10

¹ À noter que la somme des rangs pour tous les modèles sont présentés à l'annexe 11.

Tableau 4.22
Test Kolmogorov-Smirnov – Exhaustivité

Variables	Médiane				Moyenne			
	Différences les plus extrêmes				Différences les plus extrêmes			
	Absolue	Positive	Négative	Kolmogorov-Smirnov Z	Absolue	Positive	Négative	Kolmogorov-Smirnov Z
IMAGE _{jt}	0,098	0,007	-0,098	0,669	0,085	0,03	-0,085	0,582
GOUV _{jt}	0,18	0,001	-0,18	1,215	0,184	0,009	-0,184	1,245 *
COMM _{jt}	0,231	0,231	-0,094	1,525 **	0,242	0,242	-0,072	1,595 **
ESP _{jt}	0,306	0,306	-0,048	1,958 ***	0,298	0,051	-0,298	1,905 ***
HORSESP _{jt}	0,204	0,204	-0,053	1,267 *	0,199	0,199	-0,061	1,236 *
FINBPA _{jt}	0,11	0,11	-0,074	0,747	0,106	0,106	-0,076	0,723
FINBN _{jt}	0,08	0,068	-0,08	0,534	0,08	0,08	-0,056	0,532
FINQR _{jt}	0,127	0,127	-0,042	0,772	0,11	0,11	-0,04	0,665
ACTIFS _{jt}	0,176	0,072	-0,176	1,202	0,157	0,05	-0,157	1,068
ROA _{jt}	0,129	0,047	-0,129	0,879	0,147	0,062	-0,147	1,004

*** p < 0,01 ; ** p < 0,05 ; * p < 0,10

4.3.4.1 Les résultats liés à la relation entre l'exhaustivité (EXH_{jt}) et l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$)

La première hypothèse H2a propose que l'exhaustivité de l'information divulguée soit négativement liée à l'image organisationnelle des sociétés. Rappelons que l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$) est mesurée par la couverture médiatique à l'aide du coefficient Janis-Fadner (1943). Cette variable est continue, elle est donc analysée à l'aide des tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov (Corder et Foreman, 2014). Néanmoins, comme nous pouvons le constater dans les tableaux 4.21 et 4.22, le coefficient de la variable $IMAGE_{jt}$ n'est ni significatif avec la médiane ni avec la moyenne. Ainsi, nous ne pouvons conclure que nos résultats appuient l'hypothèse H2a selon laquelle l'exhaustivité de l'information divulguée soit négativement liée à l'image organisationnelle des sociétés.

4.3.4.2 Les résultats liés à la relation entre l'exhaustivité (EXH_{jt}) et les pratiques de gouvernance ($GOUV_{jt}$)

La seconde hypothèse H2b propose que l'exhaustivité de l'information divulguée soit positivement liée aux pratiques de gouvernance reconnues des sociétés. Rappelons que les pratiques de gouvernance reconnues des sociétés sont mesurées à l'aide des Corporate Board Games (Globe and Mail Inc., 2017). Cette mesure analyse la composition du conseil d'administration, l'actionnariat et la rémunération, les droits des actionnaires et les divulgations.

Cette variable est continue, elle est donc analysée à l'aide des tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov (Corder et Foreman, 2014). Les résultats des tests Mann-Whitney U démontrent que les résultats sont significatifs au seuil 0,05 pour la médiane ($U = 3\,386$; moins que la médiane = 91 ; plus que la médiane = 92) et la moyenne ($U = 3\,418$; moins que la moyenne = 86 ; plus que la moyenne = 97). La somme des rangs supérieurs à la médiane ($\Sigma R = 9\,264$) est supérieure à la somme des rangs inférieurs à la médiane ($\Sigma R = 7\,572$) (pour la moyenne : $> \text{moyenne } \Sigma R = 9\,677$; $< \text{moyenne } \Sigma R = 7\,159$). Ainsi, nous

pouvons affirmer que les rapports sociétaux qui divulguent de l'information plus exhaustive, selon la grille de codage par des divulgations *Hard* et *Soft*, que la médiane (et moyenne) obtiennent un score de gouvernance plus élevé.

Pour sa part, le test Kolmogorov-Smirnov révèle que la différence est marginalement significative pour la moyenne (différences les plus extrêmes = 0,184 ; $p < 0,10$) et non significative pour la médiane. Ainsi, les données appuient que les rapports sociétaux plus exhaustifs que la moyenne obtiennent un score de gouvernance marginalement plus élevé que ceux inférieurs à la moyenne. Dans cette logique, plus le pointage est élevé, indiquant l'adoption de pratiques de gouvernance reconnues, plus l'information sociétale divulguée est complète. Ainsi, l'adoption de pratiques de gouvernance reconnues a une incidence favorable sur l'exhaustivité de l'information sociétale. L'hypothèse H2b est donc supportée.

Parmi les travaux qui appuient nos résultats, Amran *et al.* (2014) mesurent également l'exhaustivité de l'information sociétale à l'aide des divulgations *Hard* et *Soft* comme Clarkson *et al.* (2008). Ils proposent que les pratiques de gouvernance dirigent les efforts de divulgations (Amran *et al.*, 2014). De même, Kolk (2008) suggère, à l'aide d'une analyse de contenu de 161 rapports sociétaux du Fortune global 250, que l'adoption de pratiques de gouvernance reconnues améliore l'exhaustivité de l'information sociétale. D'autres études se sont aussi intéressées à la relation entre les pratiques de gouvernance et le volume de divulgation sociétale et démontrent aussi une relation positive (Chan *et al.*, 2014 ; Rupley *et al.*, 2012). Dans cette logique, il semble que l'adoption de pratiques de gouvernance reconnues mène à de l'information sociétale plus exhaustive.

4.3.4.3 Les résultats liés à la relation entre l'exhaustivité (EXH_i) et le narcissisme managérial ($NARC_{jt}$)

La troisième hypothèse H2c propose que l'exhaustivité de l'information divulguée soit négativement liée à l'occurrence de hauts dirigeants narcissiques dans les sociétés. Rappelons que le narcissisme managérial ($NARC_{jt}$) est mesuré à l'aide de quatre mesures distinctes, soit : (1) l'importance de la photo du PDG dans le rapport annuel de la société

(PHOTO_{jt}) ; (2) l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société (COMM_{jt}) ; (3) la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (ESP_{jt}) ; et (4) la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (HORSESP_{jt}). Dans cette logique, plus ces coefficients sont élevés, plus les comportements des dirigeants sont dits narcissiques.

Pour sa part, la mesure de l'importance de la photo du PDG dans le rapport annuel de la société (PHOTO_{jt}) est analysée à l'aide des tests du Chi-Deux et des tableaux croisés, puisqu'il s'agit d'une variable catégorique. Les coefficients sont significatifs au seuil 0,01 pour la moyenne et la médiane. Pour interpréter ces résultats, nous utilisons les tableaux croisés, tel que présenté dans le tableau 4.20. Rappelons que l'importance de la photo du PDG dans le rapport annuel prend les valeurs suivantes : 1 point - aucune photo du PDG ; 2 points - PDG photographié avec un(e) ou plusieurs autres dirigeant(es) ; 3 points - photo du PDG seul(e) et occupant moins d'une demi-page ; et 4 points - photo du PDG seul(e) et occupant plus d'une demi-page.

Tout d'abord, seulement 25 % (n = 11) des rapports annuels qui ne présentent pas de photos du PDG dans leur rapport annuel (n = 44) obtiennent un pointage d'exhaustivité plus élevé que la médiane (29,5 % pour la moyenne; n = 13) pour leur rapport sociétal. Deuxièmement, parmi les quinze rapports annuels où le PDG est photographié avec un(e) ou plusieurs autres dirigeant(es), 60 % (n = 9) d'entre-deux obtiennent un pointage d'exhaustivité plus élevé que la médiane et la moyenne. Ensuite, nous constatons que, dans la plupart des rapports annuels, le PDG est photographié seul(e) et occupent moins d'une demi-page (n = 63). De ceux-ci, 63,5 % obtiennent un pointage d'exhaustivité plus élevé que la médiane (68,3 % pour la moyenne) pour leur rapport sociétal. Enfin, parmi les 14 observations où le PDG est photographié seul(e) et occupe plus d'une demi-page, 57,1 % d'entre-deux obtiennent un pointage d'exhaustivité plus élevé que la médiane et la moyenne pour leur rapport sociétal. Considérant ces résultats, il semble qu'une grande partie des rapports annuels présentent une photo du PDG seul(e) d'environ une demi-page et qu'ils divulguent de l'information plus complète dans leurs rapports sociétaux. Ainsi,

l'information sociétale est plus exhaustive (EXH_{jt}), lorsque le PDG est dit narcissique. Ces résultats s'opposent à notre hypothèse H2c qui propose que l'exhaustivité de l'information divulguée soit négativement liée à l'occurrence de hauts dirigeants narcissiques dans les sociétés.

En ce qui concerne la mesure de l'importance accordée au PDG dans les communiqués de presse de la société ($COMM_{jt}$), celle-ci est évaluée à l'aide des tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov. En ce qui concerne le test Mann-Whitney U, le coefficient $COMM_{jt}$ est marginalement significatif au seuil 0,10 pour la moyenne ($U = 3\ 162.5$; moins que la moyenne = 80 ; plus que la moyenne = 95), mais non significatif pour la médiane. La somme des rangs supérieurs à la moyenne ($\Sigma R = 7\ 722.5$) est supérieure à la somme des rangs inférieurs à la moyenne ($\Sigma R = 7\ 677.5$). Pour sa part, le test Kolmogorov-Smirnov révèle que la différence est significative pour la moyenne et la médiane (différences les plus extrêmes (moyenne) = 0,242 ; $p < 0,05$; différences les plus extrêmes (médiane) = 0,231 ; $p < 0,05$). Ainsi, les données appuient que les rapports sociétaux qui divulguent de l'information plus exhaustive que la moyenne mentionnent plus le nom du PDG dans les communiqués de presse. Dans cette logique, plus le PDG est mentionné dans les communiqués de presse, donc plus il est dit narcissique, plus l'information sociétale divulguée est complète. Comme pour la mesure de l'importance de la photo du PDG dans le rapport annuel ($PHOTO_{jt}$), ces résultats s'opposent à l'hypothèse H2c.

La troisième mesure du narcissisme managérial est la rémunération en espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société (ESP_{jt}). Comme il s'agit d'une variable continue, les tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov sont effectués. Le coefficient de la variable ESP_{jt} est significatif au seuil 0,01 pour la médiane ($U = 2\ 472$; moins que la médiane : 84 ; plus que la médiane : 80) et la moyenne ($U = 2\ 523$; moins que la moyenne : 80 ; plus que la moyenne : 84). La somme des rangs supérieurs à la médiane ($\Sigma R = 7\ 488$) est plus élevée que la somme des rangs inférieurs à la médiane ($\Sigma R = 6\ 042$) (pour la moyenne : $>$ moyenne $\Sigma R = 7\ 767$; $<$ moyenne $\Sigma R = 5\ 763$). Pour sa part, le test Kolmogorov-Smirnov révèle que la différence est significative

pour la médiane et la moyenne (différences les plus extrêmes (médiane) = 0,306 ; $p < 0,01$; différences les plus extrêmes (moyenne) = 0,298 ; $p < 0,01$). Ainsi, les données appuient que les rapports sociétaux qui divulguent de l'information plus exhaustive que la moyenne rémunèrent, en espèces, plus le PDG que le deuxième dirigeant le mieux payé. Dans cette logique, plus l'écart salarial en espèce entre le PDG et le deuxième dirigeant le mieux rémunéré est élevé, donc plus il est dit narcissique, plus l'information sociétale divulguée est complète. Ces résultats s'opposent à notre hypothèse H2c.

La dernière mesure du narcissisme managérial est la rémunération hors espèces du PDG divisée par celle du deuxième dirigeant le mieux rémunéré de la société ($HORSESP_{jt}$). Le coefficient $HORSESP_{jt}$ n'est pas significatif pour le test Mann-Whitney U. Néanmoins, le test Kolmogorov-Smirnov révèle que la différence est marginalement significative pour la médiane et la moyenne (différences les plus extrêmes (médiane) = 0,204 ; $p < 0,10$; différences les plus extrêmes (moyenne) = 0,199 ; $p < 0,10$). Nous ne pouvons néanmoins pas conclure sur ces mesures.

Les résultats des différentes mesures du narcissisme managérial ($PHOTO_{jt}$, $COMM_{jt}$, ESP_{jt} , $HORSESP_{jt}$) s'opposent à l'hypothèse H2c qui propose que l'exhaustivité de l'information divulguée soit négativement liée à l'occurrence de hauts dirigeants narcissiques dans les sociétés. Comme dans l'analyse de notre premier modèle : Neutralité, il se peut que le contexte culturel ait une incidence sur les résultats obtenus, puisque les études mobilisant ces mesures, telles que Chatterjee et Hambrick (2011), Johnson *et al.*, (2013), Marquez-Illescas *et al.* (2018) et Rijsenbilt et Commandeur (2013), sont américaines. Nous notons néanmoins que les résultats des quatre mesures du narcissisme managérial proposent les mêmes conclusions, ce qui indique la cohérence entre celles-ci. Par ailleurs, il se peut également que la sensibilité des mesures du narcissismes managérial soit différentes et que les PDG canadiens narcissiques ne puissent être identifiés de la même manière. Une seconde explication peut aussi être lié au niveau d'implication du PDG dans les rapports sociétaux, qui à ce jour n'est pas exploré par les travaux antérieurs. En effet, il se peut que le PDG exerce peu d'influence sur le reporting sociétal.

4.3.4.4 Les résultats liés à la relation entre l'exhaustivité (EXH_{jt}) et la financiarisation (FIN_{jt})

La quatrième hypothèse H2d propose que l'exhaustivité de l'information divulguée soit négativement liée à l'occurrence d'agissements court-termistes des sociétés. Rappelons que la financiarisation (FIN_{jt}) est estimée à l'aide de trois ratios, soit : (1) le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers ($FINBN_{jt}$) ; (2) le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) ; et (3) les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net ($FINQR_{jt}$). Ces variables sont analysées à l'aide des tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov. Néanmoins, les coefficients ne sont pas significatifs. Ainsi, nous ne pouvons pas conclure que nos résultats appuient l'hypothèse H2d.

4.3.5 Les résultats liés aux variables de contrôle

4.3.5.1 La présence d'un comité de gouvernance lié à la RSE ($CRSE_{jt}$)

La variable dichotomique $CRSE_{jt}$ prend une valeur de 1 et de 0 autrement, lorsque l'entreprise dispose d'un comité de gouvernance lié à la RSE. Comme il s'agit d'une variable dichotomique, le test du Chi-deux et les tableaux croisés sont utilisés pour interpréter les résultats. Les tests du Chi-Deux, du Phi et du V de Cramer sont significatifs au seuil 0,01 pour la moyenne et la médiane. Les résultats présentent que 64,9 % ($n = 72$) des organisations qui disposent d'un comité de gouvernance lié à la RSE ($n = 111$) divulguent de l'information sociétale plus exhaustive que la médiane (moyenne : 65.8 % ; $n = 73$). Dans cette logique, il semble que la présence d'un comité de gouvernance lié à la RSE a une incidence positive sur l'exhaustivité de l'information sociétale. Ainsi, les investissements en RSE, telle que la mise en place d'un comité de gouvernance lié à la RSE, semble mener à de l'information plus exhaustive.

Parmi les travaux antérieurs qui appuient nos résultats, Amran *et al.* (2014) utilisent la mesure de l'exhaustivité de Clarkson *et al.* (2008) et de Sutantoputra (2009) pour

démontrer que la présence d'un comité de gouvernance lié à la RSE est positivement associée à l'exhaustivité. Par ailleurs, d'autres travaux notent également une relation positive entre le comité RSE et l'audit de l'information sociétale (Kend, 2015 ; Rossi et Tarquinio, 2017).

4.3.5.2 *L'audit de l'information sociétale par un grand cabinet comptable (BIG4_{it})*

La variable dichotomique BIG4_{it} prend une valeur de 1 si l'entreprise engage un grand cabinet comptable (Big4) pour effectuer l'audit de l'information sociétale et de 0 autrement. Dans le cadre de l'analyse du Chi-Deux, du Phi et du V de Cramer, le coefficient de la variable est significatif au seuil 0,01 pour la médiane et la moyenne. Tel que présentés dans les tableaux croisés, 86,8 % (n = 33) des entreprises qui obtiennent un audit par un grand cabinet comptable (n = 38) présentent de l'information plus exhaustive que la médiane (moyenne : 89,5 % ; n = 34). Ainsi, l'audit de l'information sociétale par un grand cabinet comptable semble avoir une incidence positive sur l'exhaustivité. Parmi les travaux antérieurs qui appuient nos résultats, Clarkson *et al.* (2019), démontrent une relation positive entre l'engagement en RSE, l'audit de l'information sociétale et l'étendue du travail effectué. Dans cette logique, l'information sociétale est plus complète lorsqu'elle est auditée. De même, selon Maroun (2019a), lorsque l'information dans les rapports sociétaux intégrés est auditée à l'externe, l'information est plus complète. De plus, les auditeurs comptables, tels que ceux dans les grands cabinets, fournissent des rapports d'assurance de l'information sociétale dans un meilleur format et décrivent mieux les procédures que les non-comptables (Perego, 2009 ; Perego et Kolk, 2012), ce qui améliore l'exhaustivité.

4.3.5.3 *La conformité à la Global Reporting Initiative (GRI_{it})*

La variable dichotomique GRI_{it} indique si les rapports sociétaux sont en conformité avec la Global Reporting Initiative (GRI). Les résultats des tests du Chi-Deux, Phi et V de Cramer démontrent que le coefficient GRI_{it} est significatif au seuil 0,01 pour la médiane et la moyenne. Les résultats des tableaux croisés dans le tableau 4.20 présentent que 80 % (n

= 76) des rapports sociétaux en conformité avec la GRI ($n = 95$) présentent de l'information sociétale plus exhaustive que la médiane (moyenne : 84,2 % ; $n = 80$). Ainsi, nous pouvons conclure que la conformité à la GRI mène à la divulgation d'information sociétale plus exhaustive.

Ces résultats appuient ceux de Diouf et Boiral (2017), Chung et Cho (2018) et Moroney, Windsor et Aw (2012), qui suggèrent que le niveau d'application de la GRI peut être associé à la qualité du reporting sociétal. Néanmoins, parmi les travaux antérieurs s'étant intéressés à la GRI et à l'exhaustivité de l'information sociétale, il semble y avoir certaines critiques relatives aux rapports sociétaux conformes à la GRI. En effet, Boiral (2013) et Boiral et Henri (2017) ont analysé des rapports GRI du secteur minier et de l'énergie. Leurs résultats suggèrent que l'information sociétale divulguée manque d'exhaustivité et de comparabilité. De même, certains auteurs proposent que de nombreux événements défavorables ne sont pas reportés, nuisant ainsi à l'exhaustivité (Boiral, 2013 ; Journault et Levant, 2017). Par ailleurs, malgré l'incidence favorable de la conformité à la GRI sur l'exhaustivité, la mesure des informations *hard* et *soft* possède certains biais. En effet, comme cette mesure est basée sur les critères de la GRI, il se peut donc qu'elle accorde un avantage aux rapports GRI. De plus, bien que la conformité à la GRI soit associée positivement à l'exhaustivité de l'information sociétale, les statistiques descriptives présentées au tableau 4.16 démontrent que les rapports sociétaux sont incomplets. Ainsi, il semble que la conformité à la GRI ne mène pas à un rapport complet dans son entièreté.

4.3.5.4 Le secteur d'activité de l'entreprise (MAT_{jt})

En ce qui concerne le secteur d'activité des entreprises, seule la variable MAT_{jt} représentant le secteur des matériaux est significative. Les résultats des tests Chi-Deux, Phi et V de Cramer démontrent que le coefficient MAT_{jt} est significatif au seuil 0,01 pour la médiane et la moyenne. Les résultats des tableaux croisés dans le tableau 4.20 présentent que 69,2 % ($n = 45$) des entreprises qui œuvrent dans le secteur des matériaux ($n = 65$) présentent de l'information sociétale plus exhaustive que la médiane (moyenne : 70,8 % ;

n = 46). Ainsi, l'appartenance au secteur des matériaux semble mener à de l'information sociétale plus exhaustive.

Parmi les travaux s'intéressant aux secteurs d'activité dans lequel œuvrent les entreprises, il semble y avoir une tendance à imiter les entreprises dans leur secteur afin d'être perçues comme légitimes (Aerts *et al.*, 2006). De plus, les entreprises qui sont considérées comme étant des grands émetteurs peuvent aussi tenter de protéger leur légitimité à l'aide de la divulgation sociétale. En effet, Talbot et Boiral (2015) ont examiné les stratégies de dix entreprises canadiennes œuvrant dans le secteur manufacturier. Ils notent que ces entreprises utilisent des stratégies de neutralisation et d'omission afin de présenter une image favorable (Talbot et Boiral, 2015). Ainsi, il semble que le secteur d'activité puisse avoir une incidence sur l'exhaustivité de l'information sociétale.

De manière globale, les résultats de l'analyse de l'exhaustivité démontrent que les investissements en RSE, tel que la mise en place de pratiques de gouvernance reconnues, l'audit, la conformité à la GRI et la présence d'un comité de gouvernance lié à la RSE. Néanmoins, il semble y avoir un certain manque d'exhaustivité du reporting sociétal des organisations canadiennes, ce qui peut mener à des questionnements quant à la capacité d'identifier des déterminants de la qualité, lorsque la qualité est manquante.

4.4 MODÈLE 3 : VÉRIFIABILITÉ

Dans le cadre de notre troisième modèle, nous analysons la variable $VERIF_{jt}$ à l'aide de la grille de codage de Perego et Kolk (2012). Rappelons que l'équation de régression servant à vérifier les hypothèses posées se présente comme suit :

$$(3) VERIF_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 DET_{jt} + \alpha_2 GRI_{jt} + \alpha_3 AUDIT_{jt} + \alpha_4 CRSE_{jt} + \alpha_5 BIG4_{jt} + \alpha_6 TAILLE_{jt} + \alpha_7 PROFIT_{jt} + \alpha_8 MAN_{jt} + \alpha_9 MAT_{jt} + \alpha_{10} ENER_{jt} + \alpha_{11} A2016_{jt} + \alpha_{12} A2017_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

Où

$VERIF_{jt}$ = la mesure de la vérifiabilité de l'entreprise j à l'année t est celle de Perego et Kolk (2012) sur la qualité des rapports d'assurance basée sur des éléments de la GRI, de l'AA1000 et de la FEE ;

DET_{jt} = le déterminant de la qualité, mesuré avec les variables pour chacune des hypothèses

- $IMAGE_{jt}$ = représente la mesure de l'image organisationnelle de l'entreprise j à l'année t, telle que mesurée par la couverture médiatique des entreprises et le coefficient Janis-Fadner (1943) ;
- $GOUV_{jt}$ = est la mesure de gouvernance de l'entreprise j à l'année t, telle que mesurée par le Corporate Board Games du Clarkson Centre for Business Ethics and Board Effectiveness à l'Université de Toronto ;

GRI_{jt} = est la variable de contrôle pour la forme de reporting de l'entreprise j à l'année t. Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise est en conformité avec la Global Reporting Initiative (GRI) et de 0 dans le cas contraire ;

$AUDIT_{jt}$ = représentent la présence d'un audit de l'entreprise j à l'année t. Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise a été assujettie à un audit de son information sociétale et de 0 dans le cas contraire ;

$BIG4_{jt}$ = représentent la présence d'un audit par un grand cabinet comptable de l'entreprise j à l'année t. Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise obtient un audit de l'information sociétale par un grand cabinet comptable (Big4) et de 0 dans le cas contraire ;

$CRSE_{jt}$ = représentent la présence d'un comité lié à la RSE de l'entreprise j à l'année t. Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise dispose d'un comité de gouvernance sur la RSE et de 0 dans le cas contraire ;

$TAILLE_{jt}$ = représentent la taille de l'entreprise de l'entreprise j à l'année t, tel que mesuré par le logarithme naturel du total des actifs ($ACTIFS_{jt}$) et le total des revenus (REV_{jt}) ;

$PROFIT_{jt}$ = représentent la rentabilité de l'entreprise j à l'année t, tel que mesuré par le rendement des actifs totaux (ROA_{jt}) et le ratio Market-to-Book ($MtoB_{jt}$) ;

MAN_{jt} = une variable de contrôle pour le secteur manufacturier de l'entreprise j à l'année t. Elle est mesurée par une variable dichotomique

prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur manufacturier et de 0 dans le cas contraire ;

MAT_{jt} = une variable de contrôle pour le secteur des matériaux de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur des matériaux et de 0 dans le cas contraire ;

$ENER_{jt}$ = une variable de contrôle pour le secteur de l'énergie de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur de l'énergie et de 0 dans le cas contraire ;

$A2016_{jt}$ et $A2017_{jt}$ = les variables de contrôle pour l'année de l'entreprise j à l'année t . Elles sont mesurées par des variables dichotomiques prenant la valeur de 1 si l'entreprise publie son rapport dans l'année 2016 ou 2017 respectivement et de 0 dans le cas contraire.

4.4.1 Statistiques descriptives de la vérifiabilité

Le tableau 4.23 présente les statistiques descriptives des entreprises qui obtiennent un audit de l'information sociétale. La moyenne des points est de 17,61 et la médiane est de 18 sur un pointage maximal de 24. Ceci semble indiquer que les auditeurs incluent de nombreux éléments dans leurs rapports.

Tableau 4.23
Statistiques descriptives par caractéristiques – Vérifiabilité

	N	Moyenne	Médiane	Minimum	Maximum	Écart type	Variance
Vérifiabilité : Contenu des rapports d'assurance (Perego et Kolk, 2012)	58	17,61	18	4	24	4,80	23,03

Gosselin (2021)

Pour sa part, le tableau 4.24 présente la vérifiabilité par secteur d'activité. Le secteur des biens de consommation discrétionnaires (moyenne : 14,4, médiane : 17) et le secteur manufacturier (moyenne : 11,33, médiane 8) semblent présenter les rapports d'audit les moins complets.

Tableau 4.24
Statistiques descriptives par secteur d'activité – Vérifiabilité

Secteur d'activité	N=58	Moy.	Méd.	Min.	Max.	É. t.	Var.
Biens de consommation de base
Biens de consommation discrétionnaire	5	14,40	17	9	20	5,08	25,8
Énergie	13	17,91	17	11	24	3,65	13,29
Manufacturier	7	11,33	8	4	23	7,15	51,07
Matériaux	24	19,26	20	11	23	3,33	11,11
Services publics
Technologie de l'information	1	20	20	20	20	.	.
Télécommunications	8	18,88	19	12	23	4,05	16,41

Gosselin (2021)

4.4.2 La validité du modèle de la vérifiabilité

En ce qui concerne la taille de l'échantillon, nous considérons que la taille minimale nécessaire pour l'échantillon est de trente observations plus dix observations par variables indépendantes ($n = 30 + 10x$). Lors de la collecte de données, seulement 58 des rapports sociétaux dans l'échantillon ont obtenu un audit. Ainsi, en raison de la taille restreinte de l'échantillon, il n'est pas possible d'assurer la stabilité d'un modèle de régression multiple.

Par ailleurs, à première vue, les résidus semblent se distribuer normalement autour de la droite. Pour s'en assurer, le test de Skewness et Kurtosis sont effectués. Les valeurs de ces deux tests devraient se situer entre -1,96 et 1,96, ce qui est le cas pour tous les modèles. Néanmoins, le test Kolmogorov-Smirnov, qui mesure la concordance entre les fréquences de deux variables (Corder et Foreman, 2014), est inférieur au seuil de signification de 0,05. Nous devons rejeter l'hypothèse nulle et accepter que la distribution de l'échantillon ne soit pas normale. Ainsi, dans le cadre du modèle 3 : vérifiabilité, nous effectuons des tests non paramétriques.

4.4.2.1 Les analyses de sensibilité

Comme dans les deux premiers modèles, nous avons également mesuré la taille à l'aide des revenus totaux (REV_{jt}) et la profitabilité à l'aide du ratio market-to-book ($MtoB_{jt}$). Dans tous les modèles analysés, les résultats sont stables et ne changent ni le sens ni le niveau de signification des déterminants.

4.4.3 Les modèles de la relation entre la vérifiabilité et ses déterminants

Le tableau 4.25 présente la table des corrélations de Pearson. Une interrelation modérée au seuil 0,01 est notée entre l'image et les actifs totaux, de même qu'entre la gouvernance et les actifs totaux. Ces résultats sont similaires à ceux des modèles de la neutralité et de l'exhaustivité.

Tableau 4.25
Estimateurs des coefficients de corrélations entre les variables du modèle de la neutralité de l'information sociétale – Vérifiabilité

	VERIF _{jt}	IMAGE _{jt}	GOUV _{jt}	ACTIFS _{jt}	ROA _{jt}
VERIF _{jt}	-	-	-	-	-
IMAGE _{jt}	-.066	-	-	-	-
GOUV _{jt}	-.266	-.108	-	-	-
ACTIFS _{jt}	-.117	-.378 **	.334 **	-	-
ROA _{jt}	.054	.045	.072	-.031	-

** $p < 0,01$

VERIF_{jt} est la mesure de la vérifiabilité de l'entreprise j à l'année t est celle de Perego et Kolk (2012) sur la qualité des rapports d'assurance basée sur des éléments de la GRI, de l'AA1000 et de la FEE ; *IMAGE_{jt}* représente la mesure de l'image organisationnelle de l'entreprise j à l'année t tel que mesurer par la couverture médiatique des entreprises et le coefficient Janis-Fadner (1943) ; *GOUV_{jt}* est la mesure de gouvernance de l'entreprise j à l'année t tel que mesuré par le Corporate Board Games du Clarkson Centre for Business Ethics and Board Effectiveness à l'Université de Toronto ; *TAILLE_{jt}* représente la taille de l'entreprise de l'entreprise j à l'année t tel que mesuré par le total des actifs (*ACTIFS_{jt}*) ; *PROFIT_{jt}* représente la rentabilité à l'aide du rendement des actifs (*ROA_{jt}*) de l'entreprise j à l'année t.

4.4.4 Les résultats liés aux déterminants de la qualité

Comme dans le modèle 2 : exhaustivité, en raison du non-respect de la linéarité, nous effectuons des tests non paramétriques. La variable dépendante VERIF_{jt} est transformée en variable dichotomique à l'aide de la médiane et de la moyenne. Pour les analyses qui mobilisent une variable indépendante ou une variable de contrôle dichotomique, des tests du Chi-Deux sont effectués (Corder et Foreman, 2014). Ces résultats sont interprétés à l'aide de tableaux croisés. Pour les analyses qui mobilisent une variable indépendante ou une variable de contrôle continue, nous effectuons les tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov. Le test Mann-Whitney U est l'équivalent non paramétrique du Test-T et de l'ANOVA. Le tableau 4.26 présente les résultats des tests du Chi-Deux, de même que le Phi et le V de Cramer. Les tableaux croisés sont présentés dans le tableau 4.27. Pour sa part, le tableau 4.28 présente les résultats des tests Mann-Whitney U et le tableau 4.29 présente les tests Kolmogorov-Smirnov.

Tableau 4.26
Résultats des tests du Chi-Deux – Vérifiabilité

	N	Médiane						Moyenne					
		Chi-deux		Phi		V de Cramer		Chi-deux		Phi		V de Cramer	
CRSE _{jt}	54	0,005		-0,009		0,009		0,005		-0,009		0,009	
BIG4 _{jt}	54	1,128		0,145		0,145		1,128		0,145		0,145	
GRI _{jt}	54	0,671		0,111		0,111		0,671		0,111		0,111	
A2016 _{jt}	54	0,614		0,107		0,107		0,614		0,107		0,107	
A2017 _{jt}	54	0,100		0,043		0,043		0,100		0,043		0,043	
MAN _{jt}	54	5,072	**	-0,306	**	0,306	**	5,072	**	-0,306	**	0,306	**
MAT _{jt}	54	9,047	***	0,409	***	0,409	***	9,047	***	0,409	***	0,409	***
ENER _{jt}	54	1,090		-0,142		0,142		1,090		-0,142		0,142	

*** p < 0,01 ; ** p < 0,05 ; * p < 0,10

Tableau 4.27
Tableaux croisés – Vérifiabilité

	Plus que médiane		Plus que moyenne	
	n	%	n	%
Comité de gouvernance lié à la RSE (CRSE_{jt})				
Oui (n = 39)	23	59,0 %	23	59,0 %
Non (n = 15)	9	60,0 %	9	60,0 %
Obtention d'un audit par un grand cabinet comptable (BIG4_{jt})				
Oui (n = 34)	22	64,7 %	22	64,7 %
Non (n = 20)	10	50,0 %	10	50,0 %
Rapport sociétal en conformité avec la GRI (GRI_{jt})				
Oui (n = 40)	25	62,5 %	25	62,5 %
Non (n = 14)	7	50,0 %	7	50,0 %
Année 2016 (A2016_{jt})				
Oui (n = 18)	12	66,7 %	12	66,7 %
Non (n = 36)	20	55,6 %	20	55,6 %
Année 2017 (A2017_{jt})				
Oui (n = 21)	13	61,9 %	13	61,9 %
Non (n = 33)	19	57,6 %	19	57,6 %
Secteur manufacturier (MAN_{jt})				
Oui (n = 6)	1	16,7 %	1	16,7 %
Non (n = 48)	31	64,6 %	31	64,6 %
Secteur matériaux (MAT_{jt})				
Oui (n = 23)	19	82,6 %	19	82,6 %
Non (n = 31)	13	41,9 %	13	41,9 %
Secteur énergie (ENER_{jt})				
Oui (n = 11)	5	45,5 %	5	45,5 %
Non (n = 43)	27	62,8 %	27	62,8 %
Importance de la photo du PDG dans le rapport annuel (PHOTO_{jt})				
Aucune photo (n = 9)	8	88,9 %	8	88,9 %
Avec d'autres dirigeants (n = 3)	0	0,0 %	0	0,0 %
Moins d'une demi-page (n = 25)	12	48,0 %	12	48,0 %
Plus d'une demi-page (n = 5)	2	40,0 %	2	40,0 %

Tableau 4.28
Résultats du test Mann-Whitney U¹ – Vérifiabilité

Variables	Médiane			Moyenne		
	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z
IMAGE _{jt}	291	819	-1,074	291	819	-1,074
GOUV _{jt}	179	644	-2,799 ***	179	644	-2,799 ***
ACTIFS _{jt}	253	781	-1,743 *	253	781	-1,743 *
ROA _{jt}	333	586	-0,334	333	586	-0,334

*** p < 0,01 ; ** p < 0,05 ; * p < 0,10

¹ À noter que la somme des rangs pour tous les modèles sont présentés à l'annexe 11.

Tableau 4.29
Test Kolmogorov-Smirnov – Vérifiabilité

Variables	Médiane				Moyenne			
	Différences les plus extrêmes				Différences les plus extrêmes			
	Absolue	Positive	Negative	Kolmogorov-Smirnov Z	Absolue	Positive	Negative	Kolmogorov-Smirnov Z
IMAGE _{jt}	0,295	0,295	-0,094	1,067	0,295	0,295	-0,094	1,067
GOUV _{jt}	0,37	0,37	0	1,317 *	0,37	0,37	0	1,317 *
ACTIFS _{jt}	0,364	0,364	-0,097	1,313 *	0,364	0,364	-0,097	1,313 *
ROA _{jt}	0,332	0,222	-0,332	1,2	0,332	0,222	-0,332	1,2

*** p < 0,01 ; ** p < 0,05 ; * p < 0,10

4.4.4.1 Les résultats liés à la relation entre la vérifiabilité ($VERIF_{jt}$) et l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$)

La première hypothèse H3a propose que la vérifiabilité de l'information soit liée à l'image organisationnelle des sociétés. Dans les analyses effectuées, la variable de l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$) n'est pas significative. Ainsi, l'hypothèse H3a ne peut être supportée.

4.4.4.2 Les résultats liés à la relation entre la vérifiabilité ($VERIF_{jt}$) et les pratiques de gouvernance ($GOUV_{jt}$)

La seconde hypothèse H3b propose que la vérifiabilité de l'information divulguée soit positivement liée aux pratiques de gouvernance reconnues des sociétés. La variable $GOUV_{jt}$ est continue et est donc analysée à l'aide des tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov (Corder et Foreman, 2014).

Le test Mann-Whitney U démontre que le coefficient $GOUV_{jt}$ est significatif au seuil 0,01 pour la médiane ($U = 179$; moins que la médiane = 22 ; plus que la médiane = 30) et pour la moyenne ($U = 179$; moins que la moyenne = 22 ; plus que la moyenne = 30). La somme des rangs supérieurs à la médiane et la moyenne ($\Sigma R = 644$) est inférieure à la somme des rangs inférieurs à la médiane et la moyenne ($\Sigma R = 734$). Ainsi, les rapports sociétaux qui obtiennent un score d'audit supérieur à la médiane (et moyenne), présentent des scores de gouvernance moins élevés. Pour sa part, le test Kolmogorov-Smirnov révèle que la différence est marginalement significative pour la médiane et la moyenne (différences les plus extrêmes = 0,37 ; $p < 0,10$).

Ces résultats s'opposent à ceux de l'hypothèse H3b qui propose que la vérifiabilité de l'information divulguée soit positivement liée aux pratiques de gouvernance reconnues des sociétés. Néanmoins, la mesure de Perego et Kolk (2012) ne s'intéresse qu'au contenu des rapports d'audit et non aux données vérifiées. Ainsi, il se peut que cette mesure ne capture pas la vérifiabilité de l'information sociétale. Une seconde explication propose que

l'audit vise plutôt à renforcer l'image de l'entreprise. En effet, les entreprises peuvent obtenir un audit par quête de la légitimité, plutôt que par souci de transparence et d'exhaustivité (Adams et Evans, 2004 ; Boiral et Heras-Saizarbitoria, 2020 ; Gillet, 2012). De même, selon une étude de Boiral, Heras-Saizarbitoria, Brotherton *et al.* (2019), à l'aide d'entrevues semi-structurées avec des fournisseurs d'assurance, les travaux d'audit fournis peuvent être de nature symboliques et superficiels. Ainsi, il se peut que la gouvernance soit négative dans nos modèles, puisque l'audit est plutôt un outil de gestion des impressions qu'un indicateur de la vérifiabilité.

4.4.5 Les résultats liés aux variables de contrôle

4.4.5.1 Le secteur d'activité de l'entreprise (MAT_{jt} , MAN_{jt})

Comme nous l'avons élaboré précédemment, MAN_{jt} représente le secteur manufacturier et MAT_{jt} le secteur des matériaux. Comme il s'agit de variables dichotomiques, des tests du Chi-Deux, Phi et V de Cramer sont effectués. Les deux coefficients sont significatifs au seuil 0,01 pour la moyenne et la médiane. Pour interpréter ces résultats, nous utilisons les tableaux croisés, tel que présenté dans le tableau 4.27.

Pour sa part, les résultats des tests Chi-Deux, Phi et V de Cramer démontrent que le coefficient du secteur des matériaux (MAT_{jt}) est significatif au seuil 0,01 pour la médiane et la moyenne. De plus, 82,6 % ($n = 19$) entreprises œuvrant dans ce secteur ($n = 23$), obtiennent un score de vérifiabilité plus élevé que la moyenne et la médiane. Ainsi, œuvrer dans le secteur des matériaux semble avoir une incidence positive sur la qualité de l'audit.

À l'opposé, seulement 16,7 % ($n = 1$) des entreprises œuvrant dans le secteur manufacturier obtiennent un score de vérifiabilité plus élevé que la moyenne et la médiane ($n = 6$). À noter que le coefficient MAN_{jt} est significatif au seuil 0,05 pour le test du Chi-Deux, du Phi et du V de Cramer, et ce, pour la médiane et la moyenne. Dans cette logique,

lorsque l'entreprise fait partie du secteur manufacturier, moins le rapport d'audit est complet.

4.4.5.2 La taille de l'entreprise ($ACTIFS_{jt}$)

Pour sa part, la variable $ACTIFS_{jt}$ est mesurée par le logarithme naturel des actifs totaux. Dans le cadre de notre analyse, seul le test Kolmogorov-Smirnov est marginalement significatif au seuil 0,10 pour la médiane et la moyenne (différences les plus extrêmes = 0,364). Ainsi, nous ne pouvons interpréter les résultats obtenus.

En conclusion, il semble que les résultats de la relation entre la vérifiabilité et les déterminants de la qualité soient mitigés. Comme le présente nos résultats, il semble que l'audit de l'information sociétale peut être utilisé comme un outil de gestion des impressions plutôt qu'un signal. En effet, il se peut qu'il s'agisse plutôt d'un moyen de gérer les impressions, puisque les auditeurs assurent, dans les faits, peu d'informations (Boiral et Gendron, 2011 ; Maroun, 2019b ; Nitkins et Brooks, 1998 ; Rivière-Giordano, 2007).

4.5 MODÈLE 4 : OBFUSCATION

Dans le cadre du quatrième modèle de régression, nous analysons l'obfuscation des graphiques présentés dans les rapports sociétaux à l'aide de la mesure de Cho, Michelon *et al.* (2012, p. 81-82) soit le *Relative Graph Discrepancy index* (RGD) développé par Mather, Mather et Ramsay (2005). Rappelons que le modèle servant à vérifier les hypothèses posées est :

$$(4) OBF_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 DET_{jt} + \alpha_2 GRI_{jt} + \alpha_3 AUDIT_{jt} + \alpha_4 CRSE_{jt} + \alpha_5 BIG4_{jt} + \alpha_6 TAILLE_{jt} + \alpha_7 PROFIT_{jt} + \alpha_8 MAN_{jt} + \alpha_9 MAT_{jt} + \alpha_{10} ENER_{jt} + \alpha_{11} A2016_{jt} + \alpha_{12} A2017_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

Où

OBF_{jt} = la mesure de la compréhensibilité par l'obfuscation est la distorsion des graphiques de l'entreprise j à l'année t, tel que mesuré par le Relative

Graph Discrepancy index (RGD) développé par Mather, Mather et Ramsay (2005) ;

DET_{jt} = le déterminant de la qualité, mesuré avec les variables pour chacune des hypothèses

- $IMAGE_{jt}$ = représente la mesure de l'image organisationnelle de l'entreprise j à l'année t, telle que mesurée par la couverture médiatique des entreprises et le coefficient Janis-Fadner (1943) ;
- FIN_{jt} = représente la financiarisation de l'entreprise j à l'année t. Nous utilisons trois mesures différentes pour évaluer l'occurrence de comportements court-termistes : (1) le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers ($FINBN_{jt}$), (2) le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) et (3) les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net ($FINQR_{jt}$) ;

GRI_{jt} = est la variable de contrôle pour la forme de reporting de l'entreprise j à l'année t. Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise est en conformité avec la Global Reporting Initiative (GRI) et de 0 dans le cas contraire ;

$AUDIT_{jt}$ = représentent la présence d'un audit de l'entreprise j à l'année t. Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise a été assujettie à un audit de son information sociétale et de 0 dans le cas contraire ;

$BIG4_{jt}$ = représentent la présence d'un audit par un grand cabinet comptable de l'entreprise j à l'année t. Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise obtient un audit de l'information sociétale par un grand cabinet comptable (Big4) et de 0 dans le cas contraire ;

$CRSE_{jt}$ = représentent la présence d'un comité lié à la RSE de l'entreprise j à l'année t. Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise dispose d'un comité de gouvernance sur la RSE et de 0 dans le cas contraire ;

$TAILLE_{jt}$ = représentent la taille de l'entreprise de l'entreprise j à l'année t, tel que mesuré par le logarithme naturel du total des actifs ($ACTIFS_{jt}$) et le total des revenus (REV_{jt}) ;

$PROFIT_{jt}$ = représentent la rentabilité de l'entreprise j à l'année t, tel que mesuré par le rendement des actifs totaux (ROA_{jt}) et le ratio Market-to-Book ($MtoB_{jt}$) ;

MAN_{jt} = une variable de contrôle pour le secteur manufacturier de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur manufacturier et de 0 dans le cas contraire ;

MAT_{jt} = une variable de contrôle pour le secteur des matériaux de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur des matériaux et de 0 dans le cas contraire ;

$ENER_{jt}$ = une variable de contrôle pour le secteur de l'énergie de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur de l'énergie et de 0 dans le cas contraire ;

$A2016_{jt}$ et $A2017_{jt}$ = les variables de contrôle pour l'année de l'entreprise j à l'année t . Elles sont mesurées par des variables dichotomiques prenant la valeur de 1 si l'entreprise publie son rapport dans l'année 2016 ou 2017 respectivement et de 0 dans le cas contraire.

4.5.1 Statistiques descriptives de l'obfuscation

Les tableaux 4.30 et 4.31 présentent les statistiques descriptives de l'obfuscation, telle qu'évaluée par la mesure du Relative Graph Discrepancy Index (RGDI). Suivant les analyses effectuées par Cho, Michelon *et al.* (2012) et Mather *et al.* (2005), nous établissons le seuil de distorsion significative à 2,5 %¹⁸. En moyenne, plus du tiers (38,10 %) des graphiques dans les rapports sociétaux présentent des distorsions favorables et significatives (médiane : 26.14 %). De plus, les distorsions moyennes s'élèvent à 12,37 % (médiane : 3,38 %), indiquant un niveau élevé de distorsions dans les graphiques présentés. Ceci semble indiquer que les entreprises tendent à manipuler l'information afin d'être perçues favorablement par les parties prenantes.

¹⁸ L'obfuscation est mesurée à l'aide the Relative Graph Discrepancy Index (RGDI). Le RDG est une mesure comparative, qui utilise la première donnée et la hauteur de la première colonne du graphique pour déterminer de quelle hauteur la dernière colonne devrait être. Lorsque la distorsion est supérieure à 2,5 %, tel qu'établi par Cho, Michelon *et al.* (2012) et Mather *et al.* (2005), elle est considérée significative.

Tableau 4.30
Statistiques descriptives par caractéristiques – Obfuscation

	N	Moy.	Méd.	Min.	Max.	É. t.	Var.
Moyenne du RGD par entreprise (en valeur absolue)	118	12,37 %	3,38 %	0,00 %	140,96 %	24,90 %	620,16 %
Pourcentage de graphiques qui présentent des distorsions favorables et significatives	118	38,10 %	26,14 %	0,00 %	100,00 %	37,39 %	13,98 %
Pourcentage de graphiques avec des défavorables ou 0 distorsion	118	61,90 %	73,86 %	0,00 %	100,00 %	37,39 %	13,98 %

Gosselin (2021)

Lorsque les données sur l’obfuscation sont classées par secteur d’activité, on note que le secteur des télécommunications (moyenne : 32,454 % ; médiane : 25,011 %) présente un niveau de distorsions favorables plus élevé que les autres secteurs. Pour leur part, les autres secteurs d’activités présentent moins de distorsions.

Tableau 4.31
Statistiques descriptives par secteur d’activité – Obfuscation

Secteur d’activité	N=118	Moy.	Méd.	Min.	Max.	É. t.	Var.
Biens de consommation de base	5	7,314 %	1,329 %	0,000 %	31,860 %	13,791 %	7,314 %
Biens de consommation discrétionnaire	11	25,257 %	15,524 %	0,000 %	123,133 %	37,213 %	25,257 %
Énergie	29	13,901 %	3,367 %	0,000 %	132,897 %	29,215 %	13,901 %
Manufacturier	16	7,095 %	3,377 %	0,000 %	54,380 %	13,444 %	7,095 %
Matériaux	43	6,717 %	2,100 %	0,000 %	68,268 %	12,026 %	6,717 %
Services publics	7	26,995 %	9,135 %	0,800 %	140,960 %	50,601 %	26,995 %
Technologie de l’information	3	10,778 %	0,283 %	0,000 %	32,050 %	18,423 %	10,778 %
Télécommunications	4	32,454 %	25,011 %	4,290 %	75,502 %	31,398 %	32,454 %

Gosselin (2021)

4.5.2 La validité du modèle de l'obfuscation

Avant de procéder à l'analyse des déterminants qui ont une incidence sur l'obfuscation de l'information sociétale, les modèles ont d'abord été vérifiés pour assurer leur validité¹⁹. Tout comme dans les modèles analysés précédemment, la variable dépendante est sur une échelle continue et il y a, dans notre modèle, plus de deux variables indépendantes (Kutner *et al.*, 2005). Par la suite, nous procédons à l'analyse des résidus et des coefficients. Tout d'abord, le test Durbin-Watson permet de vérifier s'il y a des problèmes d'autocorrélation des résidus et devrait se situer entre 1,5 et 2,5 (Kutner *et al.*, 2005). Dans tous les modèles analysés, le Durbin-Watson se situe entre 1,5 et 2,5.

Nous avons procédé à l'analyse des modèles de régression, cependant, aucun des modèles ne s'avère significatif. De plus, le graphique de la relation entre la variable dépendante et les variables indépendantes présentent un problème de linéarité. En effet, nous détectons une courbe. De même, un problème d'hétéroscédasticité autour de la droite et nous notons un effet de « *spray* » (Kutner *et al.*, 2005). Pour leur part, les R^2 ajustés varient entre 0 % et 9,5 %.

Par ailleurs, à la suite de l'analyse des *variances inflation factors* (VIF), il ne semble pas y avoir de problème de multicollinéarité, puisque tous les VIF sont inférieurs à 4. Selon Kutner *et al.* (2005), les VIF doivent être inférieurs à 10. À première vue, les résidus semblent se distribuer normalement autour de la droite. Pour s'en assurer, le test de Skewness et Kurtosis sont effectués. Les valeurs de ces deux tests devraient se situer entre -1,96 et 1,96, ce qui est le cas pour tous les modèles. Néanmoins, le test Kolmogorov-Smirnov, qui mesure la concordance entre les fréquences de deux variables (Corder et Foreman, 2014), est inférieur au seuil de signification de 0,05. Nous devons rejeter l'hypothèse nulle et accepter que la distribution de l'échantillon ne soit pas normale.

¹⁹ Les modèles de régression sont présentés dans les analyses supplémentaires, puisque ces analyses n'ont pas été conservées pour l'interprétation des résultats.

En ce qui concerne la taille de l'échantillon, nous considérons que la taille minimale nécessaire pour l'échantillon est de trente observations plus dix observations par variables indépendantes ($n = 30 + 10x$). Cependant, la taille de l'échantillon fluctue entre 88 et 115. En raison de la taille restreinte de notre échantillon, du problème d'hétéroscédasticité autour de la droite et que les résidus ne se distribuent pas normalement autour de la droite, il n'est pas possible d'assurer la stabilité d'un modèle de régression multiple. Ainsi, comme pour les modèles 2 et 3, des tests non paramétriques sont effectués.

4.5.2.1 Les analyses de sensibilité

Comme dans les autres modèles, nous avons également mesuré la taille à l'aide des revenus totaux (REV_{jt}) et la profitabilité à l'aide du ratio market-to-book ($MtoB_{jt}$). Dans tous les modèles analysés, les résultats sont stables et ne changent ni le sens ni le niveau de signification des déterminants. Encore une fois, dans ce modèle, la financiarisation (FIN_{jt}) est mesurée à l'aide de trois mesures ($FINBN_{jt}$, $FINBPA_{jt}$, $FINQR_{jt}$), ces modèles sont également testés.

4.5.3 Les modèles de la relation entre l'obfuscation et ses déterminants

Le tableau 4.32 présente la table des corrélations de Pearson. Tel que prévu, une interrelation significative au seuil 0,05 est notée entre la mesure de l'obfuscation (OBF_{jt}) et la mesure de la financiarisation ($FINBN_{jt}$). Comme dans les autres modèles analysés ci-haut, une interrelation significative au seuil 0,01 est notée entre les estimateurs des coefficients de l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$) et les actifs totaux ($ACTIFS_{jt}$). En ce qui concerne les variables financières, plusieurs interrelations sont notées. Une interrelation significative au seuil 0,01 entre le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) et le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers ($FINBN_{jt}$), entre $FINBPA_{jt}$ et les actifs totaux ($ACTIFS_{jt}$), entre $FINBPA_{jt}$ et le rendement des actifs (ROA_{jt}) ; de même qu'entre $FINBN_{jt}$

et $ACTIFS_{jt}$ et ROA_{jt} . Par ailleurs, une interrelation significative au seuil 0,05 est notée entre les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net ($FINQR_{jt}$) et le ROA_{jt} .

Une interrelation faible et significative au seuil 0,05 est notée entre la variable d'obfuscation (OBF_{jt}) et $FINBN_{jt}$. De plus, des interrelations modérées et significatives au seuil 0,05 sont notées entre $IMAGE_{jt}$ et $ACTIFS_{jt}$, $FINBPA_{jt}$ et $FINBN_{jt}$, $FINBPA_{jt}$ et $ACTIFS_{jt}$, $FINBPA_{jt}$ et ROA_{jt} , de même qu'entre $FINBN_{jt}$ et $ACTIFS_{jt}$. Par ailleurs, une interrelation forte et significative au seuil 0,01 entre $FINBN_{jt}$ et ROA_{jt} est notée, tandis qu'une faible interrelation faible au seuil 0,05 entre $FINQR_{jt}$ et ROA_{jt} .

Tableau 4.32

Estimateurs des coefficients de corrélations entre les variables du modèle de la neutralité de l'information sociétale – Obfuscation

	OBF_{jt}	$IMAGE_{jt}$	$FINBPA_{jt}$	$FINBN_{jt}$	$FINQR_{jt}$	$ACTIFS_{jt}$	ROA_{jt}
OBF_{jt}							
$IMAGE_{jt}$.136						
$FINBPA_{jt}$	-.161	.103					
$FINBN_{jt}$	-.208 *	.044	.473 **				
$FINQR_{jt}$.143	-.064	-.131	-.078			
$ACTIFS_{jt}$.083	-.381 **	-.348 **	-.287 **	.067		
ROA_{jt}	.100	.073	-.411 **	-.535 **	-.182 *	-.020	

** $p < 0,01$; * $p < 0,05$

OBF_{jt} est la mesure de la compréhensibilité par l'obfuscation est la distorsion des graphiques de l'entreprise j à l'année t , tel que mesuré par le Relative Graph Discrepancy index (RGD) développé par Mather, Mather et Ramsay (2005) ; FIN_{jt} représente la financiarisation de l'entreprise j à l'année t tel que mesuré par le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers ($FINBN_{jt}$), le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) et les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net ($FINQR_{jt}$) ; $IMAGE_{jt}$ représente la mesure de l'image organisationnelle de l'entreprise j à l'année t tel que mesurer par la couverture médiatique des entreprises et le coefficient Janis-Fadner (1943) ; $TAILLE_{jt}$ représente la taille de l'entreprise de l'entreprise j à l'année t tel que mesuré par le total des actifs ($ACTIFS_{jt}$) ; ROA_{jt} représente la rentabilité de l'entreprise j à l'année t , tel que mesuré par le rendement des actifs totaux.

4.5.4 Les résultats liés aux déterminants de la qualité

En raison des problèmes d'autocorrélations des résidus et de linéarité, nous effectuons des tests non paramétriques. En ce qui concerne la variable dépendante, soit l'obfuscation, elle est transformée en variable dichotomique à l'aide de la médiane et de la

moyenne. Pour les analyses qui mobilisent une variable indépendante ou une variable de contrôle dichotomique, des tests du Chi-Deux sont effectués (Corder et Foreman, 2014). Ces résultats seront interprétés à l'aide de tableaux croisés. Pour leur part, les analyses qui mobilisent une variable indépendante ou une variable de contrôle continue, les tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov. Le test Mann-Whitney U est l'équivalent non paramétrique du Test-T et de l'ANOVA. Le tableau 4.33 présente les résultats des tests du Chi-Deux, de même que le Phi et le V de Cramer. Les résultats des tableaux croisés sont synthétisés dans le tableau 4.34. Pour sa part, le tableau 4.35 présente les résultats du test Mann-Whitney U et le tableau 4.36 présente le test Kolmogorov-Smirnov.

Tableau 4.33
Résultats des tests du Chi-Deux – Obfuscation

N		Médiane			Moyenne		
		Chi-deux	Phi	V de Cramer	Chi-deux	Phi	V de Cramer
CRSE _{jt}	118	0,509	0,066	0,066	0,016	-0,022	0,022
BIG4 _{jt}	118	0,008	-0,008	0,008	0,049	0,020	0,020
GRI _{jt}	118	0,576	-0,070	0,070	2,245	-0,138	0,138
A2016 _{jt}	118	2,184	0,136	0,136	3,121 *	0,163 *	0,163 *
A2017 _{jt}	118	0,172	0,038	0,038	0	0,002	0,002
MAN _{jt}	118	0,005	-0,007	0,007	0,435	-0,061	0,061
MAT _{jt}	118	2,186	-0,136	0,136	4,695 **	-0,199 **	0,199 **
ENER _{jt}	118	0,012	-0,010	0,010	0,093	-0,028	0,028

*** $p < 0,01$; ** $p < 0,05$; * $p < 0,10$

Tableau 4.34
Tableaux croisés – Obfuscation

	Plus que médiane		Plus que moyenne	
	n	%	n	%
Comité de gouvernance lié à la RSE (CRSE_{jt})				
Oui (n = 73)	39	53,4 %	18	24,7 %
Non (n = 45)	21	46,7 %	12	26,7 %
Obtention d'un audit par un grand cabinet comptable (BIG4_{jt})				
Oui (n = 22)	11	50,0 %	6	27,3 %
Non (n = 96)	49	51,0 %	24	25,0 %
Rapport sociétal en conformité avec la GRI (GRI_{jt})				
Oui (n = 65)	31	47,7 %	13	20,0 %
Non (n = 53)	29	54,7 %	17	32,1 %
Année 2016 (A2016_{jt})				
Oui (n = 36)	22	61,1 %	13	36,1 %
Non (n = 82)	38	46,3 %	17	20,7 %
Année 2017 (A2017_{jt})				
Oui (n = 47)	25	53,2 %	12	25,5 %
Non (n = 71)	35	49,3 %	18	25,4 %
Secteur manufacturier (MAN_{jt})				
Oui (n = 16)	8	50,0 %	3	18,8 %
Non (n = 102)	52	51,0 %	27	26,5 %
Secteur matériaux (MAT_{jt})				
Oui (n = 43)	18	41,9 %	6	14,0 %
Non (n = 75)	42	56,0 %	24	32,0 %
Secteur énergie (ENER_{jt})				
Oui (n = 30)	15	50,0 %	7	23,3 %
Non (n = 88)	45	51,1 %	23	26,1 %

Tableau 4.35
Résultats du test Mann-Whitney U¹ – Obfuscation

Variables	Médiane			Moyenne		
	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z
IMAGE _{jt}	1 620,5	3 331,5	-0,643	1 201,5	5 117,5	-0,732
FINBPA _{jt}	1 402,5	3 172,5	-1,541	974,5	1 439,5	-1,989 **
FINBN _{jt}	1 082	2 735	-2,563 ***	917	1 352	-1,747 *
FINQR _{jt}	851	1 631	-0,878	600	2 811	-1,214
Actifs _{jt}	1 496	3 149	-1,167	1 145	4 973	-0,999
ROA _{jt}	1 339	2 992	-2,023 **	1 296	1 761	-0,056

*** p < 0,01 ; ** p < 0,05 ; * p < 0,10

¹ À noter que la somme des rangs pour tous les modèles sont présentés à l'annexe 11.

Tableau 4.36
Test Kolmogorov-Smirnov – Obfuscation

Variables	Médiane				Moyenne			
	Différences les plus extrêmes			Kolmogorov-Smirnov Z	Différences les plus extrêmes			Kolmogorov-Smirnov Z
	Absolue	Positive	Negative		Absolue	Positive	Negative	
IMAGE _{jt}	0,14	0,039	-0,14	0,758	0,149	0,149	-0,027	0,706
FINBPA _{jt}	0,159	0,159	0,00	0,855	0,259	0,00	-0,259	1,221
FINBN _{jt}	0,271	0,271	-0,038	1,422 **	0,28	0,034	-0,28	1,294 *
FINQR _{jt}	0,19	0,062	-0,19	0,888	0,182	0,182	-0,076	0,739
Actifs _{jt}	0,143	0,037	-0,143	0,773	0,146	0,146	-0,091	0,689
ROA _{jt}	0,251	0,07	-0,251	1,356 **	0,098	0,098	-0,08	0,461

*** p < 0,01 ; ** p < 0,05 ; * p < 0,10

4.5.4.1 Les résultats liés à la relation entre la compréhensibilité, telle que mesurée par l'obfuscation (OBF_{jt}) et l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$)

La première hypothèse H4a propose que la compréhensibilité de l'information divulguée soit négativement liée à l'image organisationnelle des sociétés. Rappelons que l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$) est mesurée par la couverture médiatique à l'aide du coefficient Janis-Fadner (1943). Cette variable est continue, elle est donc analysée à l'aide du test Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov (Corder et Foreman, 2014). Néanmoins, comme nous pouvons le constater dans les tableaux 4.35 et 4.36, le coefficient de la variable $IMAGE_{jt}$ n'est pas significatif ni avec la médiane ni avec la moyenne. Ainsi, nous ne pouvons pas conclure que nos résultats appuient l'hypothèse H4a selon laquelle la compréhensibilité de l'information divulguée soit négativement liée à l'image organisationnelle des sociétés.

4.5.4.2 Les résultats liés à la relation entre la compréhensibilité, telle que mesurée par l'obfuscation (OBF_{jt}) et la financiarisation (FIN_{jt})

La quatrième hypothèse H4b propose que la compréhensibilité de l'information divulguée soit négativement liée à l'occurrence d'agissements court-termistes des sociétés. Rappelons que la financiarisation (FIN_{jt}) est estimée à l'aide de trois ratios, soit : (1) le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers ($FINBN_{jt}$) ; (2) le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) ; et (3) les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net ($FINQR_{jt}$). Cependant, la variable $FINQR_{jt}$ n'est pas significative.

La variable $FINBPA_{jt}$ est continue, elle est donc analysée à l'aide du test Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov (Corder et Foreman, 2014). Le test Mann-Whitney U démontre que les résultats sont significatifs au seuil 0,05 pour la moyenne ($U = 974,5$; moins que la moyenne = 86 ; plus que la moyenne = 30), mais non significatif pour la médiane. La somme des rangs supérieurs à la moyenne ($\Sigma R = 1\ 439,5$) est inférieure à la

somme des rangs inférieurs à la moyenne ($\Sigma R = 5\,346,5$). Pour sa part, le test Kolmogorov-Smirnov révèle que la différence n'est ni significative pour la moyenne ni pour la médiane.

Dans cette logique, nous pouvons affirmer que les données appuient que lorsqu'il y a moins de dispersion entre les prévisions des analystes et le bénéfice par action divulgué dans les états financiers, plus les graphiques dans les rapports sociétaux présentent des distorsions favorables. Ainsi, l'occurrence de comportements court-termistes, telle que mesurée par la variable $FINBPA_{jt}$, mène à plus de compréhensibilité, soit moins de distorsions dans la présentation des graphiques.

En ce qui concerne la variable $FINBN_{jt}$, celle-ci est aussi analysée à l'aide du test Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov. Le test Mann-Whitney U démontre que les résultats sont significatifs au seuil 0,01 pour la médiane ($U = 1\,082$; moins que la médiane = 53 ; plus que la médiane = 57) et marginalement significatif au seuil 0,10 pour la moyenne ($U = 917$; moins que la moyenne = 81 ; plus que la moyenne = 29). La somme des rangs supérieurs à la médiane ($\Sigma R = 2\,735$) est inférieure à la somme des rangs inférieurs à la médiane ($\Sigma R = 3\,370$) (pour la moyenne : > moyenne $\Sigma R = 1\,352$; < moyenne $\Sigma R = 4\,753$). Pour sa part, le test Kolmogorov-Smirnov révèle que la différence est significative pour la médiane (différences les plus extrêmes = 0,271 ; $p < 0,05$) et marginalement significative pour la moyenne (différences les plus extrêmes = 0,28 ; $p < 0,10$).

Comme pour les résultats de la variable $FINBPA_{jt}$, les données appuient que lorsqu'il y a moins de dispersion entre les prévisions des analystes et le bénéfice net divulgué dans les états financiers, plus les graphiques dans les rapports sociétaux présentent des distorsions favorables. Ainsi, l'occurrence de comportements court-termistes, telle que mesurée par la variable $FINBN_{jt}$, mène à plus de compréhensibilité, soit moins de distorsions dans la présentation des graphiques.

Comme nous l'avons constaté avec les variables $FINBPA_{jt}$ et $FINBN_{jt}$, il semble que l'occurrence de comportements court-termistes mène à moins de distorsions dans les

graphiques présentés dans les rapports sociétaux, donc à plus de compréhensibilité. Ces résultats s'opposent à l'hypothèse H4b qui propose que l'obfuscation de l'information divulguée soit négativement liée à l'occurrence d'agissements court-termistes des sociétés.

Peu d'études se sont intéressées à la relation entre les comportements court-termistes et la compréhensibilité, outre Beuselinck *et al.* (2018b) qui suggèrent que les entreprises qui adoptent des stratégies fiscales agressives divulguent de l'information sociétale moins lisible et tendent à cacher de l'information. Néanmoins, des facteurs, autres que financiers, peuvent avoir une incidence sur la manipulation des graphiques contenus dans les rapports sociétaux. En effet, dans une perspective de gestion des impressions, les entreprises peuvent divulguer de l'information complexe ou incompréhensible afin d'être perçues de manière favorable (Boiral, Heras-Saizarbitoria et Brotherton, 2019 ; Haller *et al.*, 2018 ; Nazari *et al.*, 2017 ; Wang, Hsieh et Sarkis, 2018). Comme le présente Abu Bakar et Ameer (2011), la performance sociétale a une incidence sur la compréhensibilité de l'information sociétale.

Il se peut que les motivations à manipuler l'information financière, tel que mesuré par des ratios financiers dans nos analyses, diffèrent de celles liées à la performance sociétale, puisque les utilisateurs ne se limitent pas aux investisseurs et aux créanciers. En effet, le choix de divulguer l'information sociétale peut aussi être motivé par les besoins stratégiques des entreprises. Dans cette logique, une entreprise où les employés détiennent une part importante de l'actionnariat présente plus de divulgations au sujet des employés (Kent et Zunker, 2017). De plus, selon Hyatt et Berente (2017), les pressions externes pour l'obtention de l'information sociétale mènent surtout à une réponse symbolique, tandis que les pressions internes mènent à des activités substantielles. Ainsi, bien que les résultats obtenus s'opposent à l'hypothèse initialement proposée (H4b), nous remettons en question si les motivations à manipuler l'information sociétale ne soient pas nécessairement les mêmes que celles liées à l'information financière.

4.5.5 Les résultats liés aux variables de contrôle

4.5.5.1 Le secteur d'activité de l'entreprise (MAT_{jt})

Comme nous l'avons élaboré précédemment, MAT_{jt} représente le secteur des matériaux. Les résultats des tests Chi-Deux, Phi et V de Cramer démontrent que le coefficient du secteur des matériaux (MAT_{jt}) est significatif au seuil 0,05 pour la moyenne et non significatif pour la médiane. Les résultats des tableaux croisés (tableau 4.34), présentent que seulement 14 % ($n = 6$) des rapports sociétaux qui obtiennent un pourcentage de distorsions dans leurs graphiques plus élevé que la moyenne sont des entreprises qui œuvrent dans le secteur des matériaux ($n = 43$). Ainsi, les entreprises dans ce secteur d'activité présentent moins de distorsions dans leurs graphiques, donc plus de compréhensibilité. Il semble donc que comme nous l'avons noté dans nos autres modèles, le secteur d'activité de l'entreprise, par exemple des industries polluantes, peut avoir une influence sur la qualité de l'information divulguée.

4.5.5.2 La profitabilité de l'entreprise (ROA_{jt})

Pour sa part, la variable ROA_{jt} est la mesure de la profitabilité de l'entreprise. Rappelons que le ROA_{jt} est le rendement des actifs. Comme il s'agit d'une variable continue, nous utilisons le test Mann-Whitney U et le Kolmogorov-Smirnov, les résultats de ces analyses sont présentés dans les tableaux 4.35 et 4.36. Les résultats du coefficient ROA_{jt} sont significatifs au seuil 0,05 pour la médiane seulement ($U = 1\ 339$; moins que la médiane = 57 ; plus que la médiane = 60). La somme des rangs supérieurs à la médiane ($\Sigma R = 3\ 911$) est supérieure à la somme des rangs inférieurs à la médiane ($\Sigma R = 2\ 992$). Pour sa part, le test Kolmogorov-Smirnov révèle que la différence est significative pour la médiane (différences les plus extrêmes = 0,251 ; $p < 0,05$). Dans cette logique, plus les entreprises sont rentables, plus les graphiques dans les rapports sociétaux présentent des distorsions favorables. Ceci peut s'expliquer dans une logique de gestion des impressions, où les entreprises tentent de renforcer l'image de l'entreprise à l'aide des images et des graphiques.

4.5.5.3 L'année couverte par le rapport sociétal ($A2016_{jt}$)

Enfin, la variable $A2016_{jt}$ est une variable dichotomique qui permet d'examiner si l'année couverte, soit 2016, par le rapport sociétal a une incidence sur la qualité de l'information sociétale. Les résultats des tests du Chi-Deux, Phi et V de Cramer (tableau 4.33) démontrent que le coefficient $A2016_{jt}$ est marginalement significatif au seuil 0,10 pour la moyenne seulement. À l'aide des tableaux croisés (tableau 4.34), nous notons que seulement 36,1 % ($n = 13$) des rapports sociétaux couvrant la période de 2016 ($n = 36$) présentent plus de distorsions favorables que la moyenne dans leurs graphiques. Ainsi, il semble que les rapports sociétaux produits dans cette période sont moins manipulés de manière à accentuer une tendance favorable, donc sont plus compréhensibles. Dans une perspective de gestion des impressions, cette relation peut s'expliquer par les pressions exercées par les parties prenantes et par la croissance des représentations graphiques et imagées au fil du temps (Chong *et al.*, 2019).

Même si les résultats obtenus par les analyses effectuées ne corroborent pas les hypothèses proposées dans le chapitre 2, certaines conclusions peuvent tout de même être élaborées. Tout d'abord, dans les rapports sociétaux canadiens analysés, on dénote un niveau de distorsion significatif. En effet, la moyenne des rapports sociétaux présentant des distorsions favorables dans les graphiques s'élève à 38,10 % (médiane : 26,14 %), tel que nous l'avons présenté dans le Tableau 4.30. Des résultats similaires sont également notés par Cho *et al.* (2012). Ces auteurs, dans leur analyse des graphiques dans les rapports sociétaux d'entreprises provenant de 6 pays, démontrent que 60 % des graphiques présentent des distorsions favorables et significatives. Ce qui est plutôt inquiétant est le niveau de distorsions qui semble être une stratégie largement utilisée par les entreprises. Ainsi, il semble que même si les résultats liés aux déterminants de la qualité sont peu concluants, la présence de manipulations et de gestion des impressions demeure présente dans les rapports sociétaux.

4.6 MODÈLE 5 : LISIBILITÉ

Dans le cadre du cinquième modèle de régression, nous avons analysé la lisibilité de l'information sociétale à l'aide de différentes mesures de la lisibilité soulevées par les travaux antérieurs. Le modèle de base tel que présenté dans le chapitre 3 est le suivant :

$$(5) LISI_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 DET_{jt} + \alpha_2 GRI_{jt} + \alpha_3 AUDIT_{jt} + \alpha_4 CRSE_{jt} + \alpha_5 BIG4_{jt} + \alpha_6 TAILLE_{jt} + \alpha_7 PROFIT_{jt} + \alpha_8 MAN_{jt} + \alpha_9 MAT_{jt} + \alpha_{10} ENER_{jt} + \alpha_{11} A2016_{jt} + \alpha_{12} A2017_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

Où

$LISI_{jt}$ = la mesure de la compréhensibilité par la lisibilité de l'entreprise j à l'année t est mesuré par les mesures suivantes : le Flesch Reading Ease par Flesch (1948) ($FLESC_{jt}$); le Flesch-Kincaid Grade Level par Kincaid, Fishburne, Rogers et Chissom (1975) ($FKGL_{jt}$); l'index Fog de Gunning (1952, 1969) (FOG_{jt}); et l'indice du SMOG de Mc Laughlin (1969) ($SMOG_{jt}$);

DET_{jt} = le déterminant de la qualité, mesuré avec les variables pour chacune des hypothèses

- $IMAGE_{jt}$ = représente la mesure de l'image organisationnelle de l'entreprise j à l'année t, telle que mesurée par la couverture médiatique des entreprises et le coefficient Janis-Fadner (1943);
- FIN_{jt} = représente la financiarisation de l'entreprise j à l'année t. Nous utilisons trois mesures différentes pour évaluer l'occurrence de comportements court-termistes : (1) le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers ($FINBN_{jt}$), (2) le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) et (3) les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net ($FINQR_{jt}$);

GRI_{jt} = est la variable de contrôle pour la forme de reporting de l'entreprise j à l'année t. Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise est en conformité avec la Global Reporting Initiative (GRI) et de 0 dans le cas contraire;

$AUDIT_{jt}$ = représentent la présence d'un audit de l'entreprise j à l'année t. Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si

l'entreprise a été assujettie à un audit de son information sociétale et de 0 dans le cas contraire ;

$BIG4_{jt}$ = représentent la présence d'un audit par un grand cabinet comptable de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise obtient un audit de l'information sociétale par un grand cabinet comptable (Big4) et de 0 dans le cas contraire ;

$CRSE_{jt}$ = représentent la présence d'un comité lié à la RSE de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise dispose d'un comité de gouvernance sur la RSE et de 0 dans le cas contraire ;

$TAILLE_{jt}$ = représentent la taille de l'entreprise de l'entreprise j à l'année t , tel que mesuré par le logarithme naturel du total des actifs ($ACTIFS_{jt}$) et le total des revenus (REV_{jt}) ;

$PROFIT_{jt}$ = représentent la rentabilité de l'entreprise j à l'année t , tel que mesuré par le rendement des actifs totaux (ROA_{jt}) et le ratio Market-to-Book ($MtoB_{jt}$) ;

MAN_{jt} = une variable de contrôle pour le secteur manufacturier de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur manufacturier et de 0 dans le cas contraire ;

MAT_{jt} = une variable de contrôle pour le secteur des matériaux de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur des matériaux et de 0 dans le cas contraire ;

$ENER_{jt}$ = une variable de contrôle pour le secteur de l'énergie de l'entreprise j à l'année t . Elle est mesurée par une variable dichotomique prenant la valeur de 1 si l'entreprise fait partie du secteur de l'énergie et de 0 dans le cas contraire ;

$A2016_{jt}$ et $A2017_{jt}$ = les variables de contrôle pour l'année de l'entreprise j à l'année t . Elles sont mesurées par des variables dichotomiques prenant la valeur de 1 si l'entreprise publie son rapport dans l'année 2016 ou 2017 respectivement et de 0 dans le cas contraire.

4.6.1 Statistiques descriptives de la lisibilité

Le tableau 4.37 présente les statistiques descriptives de la lisibilité et démontre que la lisibilité moyenne est difficile. En effet, pour l'indice du Flesch Reasing Ease, une

lisibilité entre 60 et 70 est souhaitable (Flesch, 1948 ; Readable.com, 2019), alors que la moyenne se situe à 34,15, donc très difficile. Pour leur part, les mesures du Flesch-Kincaid Grade Level, du Gunning Fog et du SMOG sont mesurées par le nombre d'années de scolarité et un document lisible devrait se situer entre 8 et 10 (Gunning, 1969 ; Kincaid *et al.*, 1975 ; Mc Laughlin, 1969 ; Readable.com, 2019). Or, les moyennes des indices de lisibilité sont supérieures à 10 (Flesch-Kincaid Grade Level 10,75, Gunning Fog 12,25, SMOG 12,42), ce qui indique que la lisibilité est difficile.

Tableau 4.37
Statistiques descriptives mesure de la lisibilité

	N	Moyenne	Médiane	Minimum	Maximum	Écart type	Variance
FLESch _{jt}	156	34,15	34,00	21,60	51,10	5,07	25,70
FKGL _{jt}	156	10,75	10,70	8,10	13,70	0,93	0,87
FOG _{jt}	156	12,25	12,20	8,70	17,10	1,30	1,69
SMOG _{jt}	156	12,42	12,30	9,30	16,40	1,05	1,11

Gosselin (2021)

Pour sa part, le tableau 4.38 présente les statistiques descriptives par secteur d'activité. Seul le secteur d'activité des biens de consommation de base semble obtenir un niveau de lisibilité plus élevé (moyenne 44,20 ; médiane 42,90). Néanmoins, comme le proposent les travaux antérieurs, de manière globale, la lisibilité demeure difficile (Bakar et Ameer, 2011 ; Cho, Michelon, *et al.*, 2012 ; du Toit, 2017 ; Stone et Lodhia, 2019).

Tableau 4.38
Statistiques descriptives par secteur d'activité – Lisibilité

		Flesch Reading Ease			Flesch-Kincaid Grade Level			Gunning Fog			SMOG		
Secteur d'activité	N=156	Moy.	Méd.	É. t.	Moy.	Méd.	É. t.	Moy.	Méd.	É. t.	Moy.	Méd.	É. t.
Biens de consommation de base	8	44,20	42,90	4,64	9,30	9,00	1,00	11,13	10,85	1,48	11,64	11,35	0,99
Biens de consommation discrétionnaire	12	32,78	32,80	6,33	11,08	11,20	1,35	12,42	12,25	1,90	12,88	12,40	1,75
Énergie	39	31,42	32,10	4,04	11,33	11,20	0,85	13,04	13,10	1,24	13,03	13,00	0,95
Manufacturier	18	34,98	34,50	3,45	10,59	10,65	0,69	12,01	12,35	1,40	12,28	12,10	1,00
Matériaux	57	34,77	34,90	4,54	10,59	10,60	0,73	11,96	12,00	1,03	12,20	12,20	0,86
Services publics	10	33,09	34,50	4,32	10,70	10,40	0,86	12,21	12,05	1,14	12,14	12,35	1,00
Technologie de l'information	5	32,22	32,20	2,48	10,86	10,80	0,30	11,86	11,70	0,49	12,12	12,20	0,25
Télécommunications	7	36,01	36,10	1,51	10,30	10,20	0,33	12,20	11,90	0,56	11,96	11,70	0,59

Gosselin (2021)

4.6.2 La validité du modèle de la lisibilité

Avant de procéder à l'analyse des déterminants qui ont une incidence sur la lisibilité de l'information sociétale, les modèles ont d'abord été vérifiés pour assurer leur validité²⁰. Tout comme dans les autres modèles, la variable dépendante est sur une échelle continue et il y a, dans notre modèle, plus de deux variables indépendantes (Kutner *et al.*, 2005). De même, tous les modèles analysés sont significatifs au seuil 0,05. De plus, le graphique de la relation entre la variable dépendante et les variables indépendantes est linéaire. Pour leur part, les R^2 ajustés varient entre 12,2 % et 16,6 %.

Par la suite, nous procédons à l'analyse des résidus et des coefficients. Tout d'abord, le test Durbin-Watson permet de vérifier s'il y a des problèmes d'autocorrélation des résidus et devrait se situer entre 1,5 et 2,5 (Kutner *et al.*, 2005). Dans tous les modèles analysés, à l'exception d'un modèle, le Durbin-Watson est inférieur à 1,5. En raison du problème d'autocorrélation des résidus, nous ne pouvons pas effectuer de régressions multiples. Pour ce faire nous optons pour des tests non paramétriques.

Néanmoins, il ne semble pas y avoir de problème d'hétéroscédasticité autour de la droite, ni d'effet de « *spray* », ni de valeur aberrante significative (Kutner *et al.*, 2005). Par ailleurs, à la suite de l'analyse des *variances inflation factors* (VIF), il ne semble pas y avoir de problème de multicollinéarité, puisque tous les VIF sont inférieurs à 4. Selon Kutner *et al.* (2005), les VIF doivent être inférieurs à 10. À première vue, les résidus semblent se distribuer normalement autour de la droite. Pour s'en assurer, le test de Skewness et Kurtosis sont effectués. Les valeurs de ces deux tests devraient se situer entre -1,96 et 1,96, ce qui est le cas pour tous les modèles. Néanmoins, le test Kolmogorov-Smirnov, qui mesure la concordance entre les fréquences de deux variables (Corder et Foreman, 2014), est supérieur au seuil de signification de 0,05. Nous ne rejetons pas l'hypothèse nulle et acceptons que la distribution de l'échantillon soit normale.

²⁰ Les modèles de régression sont présentés dans les analyses supplémentaires, puisque ces analyses n'ont pas été conservées pour l'interprétation des résultats.

En ce qui concerne la taille de l'échantillon, nous considérons que la taille minimale nécessaire pour l'échantillon est de trente observations plus dix observations par variables indépendantes ($n = 30 + 10x$). La taille de l'échantillon fluctue entre 121 et 155, ce qui devrait être suffisant pour assurer la stabilité de la plupart des modèles de régression multiple. Cependant, en raison du problème d'autocorrélation des résidus nous effectuons des tests non paramétriques.

4.6.2.1 Les analyses de sensibilité

Comme dans les deux premiers modèles, nous avons également mesuré la taille à l'aide des revenus totaux (REV_{jt}) et la rentabilité à l'aide du ratio market-to-book ($MtoB_{jt}$). Dans tous les modèles analysés, les résultats sont stables et ne changent ni le sens ni le niveau de signification des déterminants. Encore une fois, dans ce modèle, la financiarisation (FIN_{jt}) est mesurée à l'aide de trois mesures ($FINBN_{jt}$, $FINBPA_{jt}$, $FINQR_{jt}$), ces modèles sont également testés.

4.6.3 Les modèles de la relation entre la lisibilité et ses déterminants

Le tableau 4.39 présente les tables des corrélations de Pearson. Comme prévu, des interrelations très fortes et significatives au seuil 0,01 sont notées entre les différentes mesures de lisibilité, soit le Flesch Reading Ease ($FLESch_{jt}$), le Flesch-Kincaid Grade Level ($FKGL_{jt}$), le Gunning Fog (FOG_{jt}) et le SMOG ($SMOG_{jt}$). En ce qui concerne la relation entre la lisibilité et les déterminants de la qualité, une interrelation significative au seuil 0,05 entre trois des variables de la lisibilité ($FLESch_{jt}$, $FKGL_{jt}$, $SMOG_{jt}$) et l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$). De même, une interrelation significative au seuil 0,05 est notée entre FOG_{jt} et le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) et entre $FLESch_{jt}$ et les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net ($FINQR_{jt}$).

Par ailleurs, des interrelations significatives au seuil 0,01 sont notées entre toutes les mesures de la lisibilité et les actifs totaux ($ACTIFS_{jt}$). Finalement, comme dans les

autres modèles analysés précédemment, des interrelations significatives sont notées entre $IMAGE_{jt}$ et $FINBPA_{jt}$ et $IMAGE_{jt}$ et $ACTIFS_{jt}$, de même qu'entre les différentes variables financières $FINBPA_{jt}$ et $ACTIFS_{jt}$, le rendement des actifs (ROA_{jt}) et $FINBPA_{jt}$, ROA_{jt} et le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers ($FINBN_{jt}$).

Tableau 4.39

Estimateurs des coefficients de corrélations entre les variables du modèle de la neutralité de l'information sociétale – Lisibilité

	FLESC _{jt}	FKGL _{jt}	FOG _{jt}	SMOG _{jt}	IMAGE _{jt}	FINBPA _{jt}	FINBN _{jt}	FINQR _{jt}	ACTIFS _{jt}	ROA _{jt}
FLESC _{jt}										
FKGL _{jt}	- 0,866	**								
FOG _{jt}	- 0,564	**	.860	**						
SMOG _{jt}	- 0,520	**	.865	**	.926	**				
IMAGE _{jt}	.179	*	-.193	*	-.151	- .167	*			
FINBPA _{jt}	- .055		.098		.159	*	.161	*		
FINBN _{jt}	- .008		-.011		-.023	- .025	.053	.079		
FINQR _{jt}	.253	**	-.169		-.118	- 0,067	- 0,034	- 0,080	- 0,002	
ACTIFS _{jt}	- 0,220	**	.249	**	.238	**	.228	**	- 0,378	**
ROA _{jt}	.053		-.059		-.005	- .049	.045	- .240	**	- .520
									**	- .146
										- .031

** p < 0.01 ; * p < 0.05

LISI_{jt} la mesure de la compréhensibilité par la lisibilité de l'entreprise j à l'année t est mesuré par les mesures suivantes : le Flesch Reading Ease par Flesch (1948) (FLESC_{jt}); le Flesch-Kincaid Grade Level par Kincaid, Fishburne, Rogers et Chissom (1975) (FKGL_{jt}); l'index Fog de Gunning (1952, 1969) (FOG_{jt}) ; et l'indice du SMOG de Mc Laughlin (1969) (SMOG_{jt}) ; FIN_{jt} représente la financiarisation de l'entreprise j à l'année t tel que mesuré par le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers (FINBN_{jt}), le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers (FINBPA_{jt}) et les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net (FINQR_{jt}) ; TAILLE_{jt} représente la taille de l'entreprise de l'entreprise j à l'année t tel que mesuré par le total des actifs (ACTIFS_{jt}) ; PROFIT_{jt} représente la rentabilité de l'entreprise j à l'année t ;

4.6.4 Les résultats liés aux déterminants de la qualité

Rappelons qu'en raison des problèmes d'autocorrélations des résidus et de linéarité, nous effectuons des tests non paramétriques. En ce qui concerne la variable dépendante, soit la lisibilité, elle est transformée en variable dichotomique à l'aide de la médiane et de la moyenne. Pour les analyses qui mobilisent une variable indépendante ou une variable de contrôle dichotomique, des tests du Chi-Deux sont effectués (Corder et Foreman, 2014). Ces résultats sont interprétés à l'aide de tableaux croisés. Pour leur part, les analyses qui mobilisent une variable indépendante ou une variable de contrôle continue, les tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov sont effectués. Le test Mann-Whitney U est l'équivalent non paramétrique du Test-T et de l'ANOVA. Le tableau 4.40 présente les résultats des tests du Chi-Deux, de même que le Phi et le V de Cramer. Les résultats des tableaux croisés sont synthétisés dans le tableau 4.41. Pour leur part, le tableau 4.42 présente les résultats du test Mann-Whitney U et le tableau 4.43 présente le test Kolmogorov-Smirnov.

Tableau 4.40
Résultats des tests du Chi-Deux – Lisibilité

	N	Chi-deux	Médiane Phi	V de Cramer	Chi-deux	Moyenne Phi	V de Cramer
FLESCH							
CRSE _{jt}	156	0,468	-0,055	0,055	0,898	-0,076	0,076
BIG4 _{jt}	156	0,223	-0,038	0,038	0,478	-0,055	0,055
GRI _{jt}	156	3,082	0,141	0,141	2,107	0,116	0,116
A2016 _{jt}	156	0,569	0,060	0,060	0,943	0,078	0,078
A2017 _{jt}	156	0,087	-0,024	0,024	0,128	-0,029	0,029
MAN _{jt}	156	0,003	-0,005	0,005	0,003	0,005	0,005
MAT _{jt}	156	2,916 *	0,137 *	0,137 *	2,618	0,130	0,130
ENER _{jt}	156	13,002 ***	-0,289 ***	0,289 ***	14,370 ***	-0,304 ***	0,304 ***
FKGL							
CRSE _{jt}	156	0,001	-0,002	0,002	0,124	0,028	0,028
BIG4 _{jt}	156	1,097	0,084	0,084	0,073	-0,022	0,022
GRI _{jt}	156	0,138	-0,030	0,030	2,429	-0,125	0,125
A2016 _{jt}	156	0,312	0,045	0,045	0,681	0,066	0,066
A2017 _{jt}	156	3,759 *	-0,155 *	0,155 *	3,956 **	-0,159 **	0,159 **
MAN _{jt}	156	0,121	-0,028	0,028	0,432	-0,053	0,053
MAT _{jt}	156	2,449	-0,125	0,125	1,217	-0,088	0,088
ENER _{jt}	156	11,143 ***	0,267 ***	0,267 ***	11,143 ***	0,267 ***	0,267 ***

	N	Chi-deux		Phi		V de Cramer		Chi-deux		Phi		V de Cramer	
FOG													
CRSE _{jt}	156	0,182		0,034		0,034		0,177		0,034		0,034	
BIG4 _{jt}	156	0,368		0,049		0,049		0,412		0,051		0,051	
GRI _{jt}	156	5,116	**	-0,181	**	0,181	**	4,249	**	-0,165	**	0,165	**
A2016 _{jt}	156	0,091		0,024		0,024		0,248		0,040		0,040	
A2017 _{jt}	156	1,978		-0,113		0,113		2,983	*	-0,138	*	0,138	*
MAN _{jt}	156	0,013		-0,009		0,009		0,030		0,014		0,014	
MAT _{jt}	156	1,981		-0,113		0,113		2,148		-0,117		0,117	
ENER _{jt}	156	11,084	***	0,267	***	0,267	***	9,321	***	0,244	***	0,244	***
SMOG													
CRSE _{jt}	156	0,124		-0,028		0,028		0,084		0,023		0,023	
BIG4 _{jt}	156	0,073		0,022		0,022		0,528		0,058		0,058	
GRI _{jt}	156	6,878	***	-0,210	***	0,210	***	3,586	*	-0,152	*	0,152	*
A2016 _{jt}	156	0,312		0,045		0,045		0,907		0,076		0,076	
A2017 _{jt}	156	2,597		-0,129		0,129		6,638	***	-0,206	***	0,206	***
MAN _{jt}	156	1,832		-0,108		0,108		0,596		-0,062		0,062	
MAT _{jt}	156	0,806		-0,072		0,072		1,024		-0,081		0,081	
ENER _{jt}	156	11,143	***	0,267	***	0,267	***	15,117	***	0,311	***	0,311	***

*** p < 0,01 ; ** p < 0,05 ; * p < 0,10

Tableau 4.41
Tableaux croisés – Lisibilité

	FLESCH				FKGL			
	Plus que médiane		Plus que moyenne		Plus que médiane		Plus que moyenne	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Comité de gouvernance lié à la RSE (CRSE_{jt})								
Oui (n = 93)	45	48,4 %	43	46,2 %	50	53,8 %	44	47,3 %
Non (n = 63)	34	54,0 %	34	54,0 %	34	54,0 %	28	44,4 %
Obtention d'un audit par un grand cabinet comptable (BIG4_{jt})								
Oui (n = 34)	16	47,1 %	15	44,1 %	21	61,8 %	15	44,1 %
Non (n = 122)	63	51,6 %	62	50,8 %	63	51,6 %	57	46,7 %
Rapport sociétal en conformité avec la GRI (GRI_{jt})								
Oui (n = 82)	47	57,3 %	45	54,9 %	43	52,4 %	33	40,2 %
Non (n = 74)	32	43,2 %	32	43,2 %	41	55,4 %	39	52,7 %
Année 2016 (A2016_{jt})								
Oui (n = 49)	27	55,1 %	27	55,1 %	28	57,1 %	25	51,0 %
Non (n = 107)	52	48,6 %	50	46,7 %	56	52,3 %	47	43,9 %
Année 2017 (A2017_{jt})								
Oui (n = 63)	31	49,2 %	30	47,6 %	28	44,4 %	23	36,5 %
Non (n = 93)	48	51,6 %	47	50,5 %	56	60,2 %	49	52,7 %
Secteur manufacturier (MAN_{jt})								
Oui (n = 18)	9	50,0 %	9	50,0 %	9	50,0 %	7	38,9 %
Non (n = 138)	70	50,7 %	68	49,3 %	75	54,3 %	65	47,1 %
Secteur matériaux (MAT_{jt})								
Oui (n = 57)	34	59,6 %	33	57,9 %	26	45,6 %	23	40,4 %
Non (n = 99)	45	45,5 %	44	44,4 %	58	58,6 %	49	49,5 %
Secteur énergie (ENER_{jt})								
Oui (n = 39)	10	25,6 %	9	23,1 %	30	76,9 %	27	69,2 %
Non (n = 117)	69	59,0 %	68	58,1 %	54	46,2 %	45	38,5 %

	FOG				SMOG			
	Plus que médiane		Plus que moyenne		Plus que médiane		Plus que moyenne	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Comité de gouvernance lié à la RSE (CRSE_{jt})								
Oui (n = 93)	49	52,7 %	46	49,5 %	49	52,7 %	45	48,4 %
Non (n = 63)	31	49,2 %	29	46,0 %	35	55,6 %	29	46,0 %
Obtention d'un audit par un grand cabinet comptable (BIG4_{jt})								
Oui (n = 34)	19	55,9 %	18	52,9 %	19	55,9 %	18	52,9 %
Non (n = 122)	61	50,0 %	57	46,7 %	65	53,3 %	56	45,9 %
Rapport sociétal en conformité avec la GRI (GRI_{jt})								
Oui (n = 82)	35	42,7 %	33	40,2 %	36	43,9 %	33	40,2 %
Non (n = 74)	45	60,8 %	42	56,8 %	48	64,9 %	41	55,4 %
Année 2016 (A2016_{jt})								
Oui (n = 49)	26	53,1 %	25	51,0 %	28	57,1 %	26	53,1 %
Non (n = 107)	54	50,5 %	50	46,7 %	56	52,3 %	48	44,9 %
Année 2017 (A2017_{jt})								
Oui (n = 63)	28	44,4 %	25	39,7 %	29	46,0 %	22	34,9 %
Non (n = 93)	52	55,9 %	50	53,8 %	55	59,1 %	52	55,9 %
Secteur manufacturier (MAN_{jt})								
Oui (n = 18)	9	50,0 %	9	50,0 %	7	38,9 %	7	38,9 %
Non (n = 138)	71	51,4 %	66	47,8 %	77	55,8 %	67	48,6 %
Secteur matériaux (MAT_{jt})								
Oui (n = 57)	25	43,9 %	23	40,4 %	28	49,1 %	24	42,1 %
Non (n = 99)	55	55,6 %	52	52,5 %	56	56,6 %	50	50,5 %
Secteur énergie (ENER_{jt})								
Oui (n = 39)	29	74,4 %	27	69,2 %	30	76,9 %	29	74,4 %
Non (n = 117)	51	43,6 %	48	41,0 %	54	46,2 %	45	38,5 %

Tableau 4.42
Résultats du test Mann-Whitney U¹ – Lisibilité

Flesch							
Variables	<u>Médiane</u>			<u>Moyenne</u>			
	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	
IMAGE _{jt}	2 515	5 518	-1,867 *	2 448,5	5 608,5	-2,102 **	
FINBPA _{jt}	2 877	6 037	-0,309	2 823	5 826	-0,511	
FINBN _{jt}	2 629	5 330	-0,279	2 584	5 434	-0,449	
FINQR _{jt}	1 472	3 302	-1,987 **	1 458	3 411	-2,059 **	
ACTIFS _{jt}	2 369	5 529	-2,266 **	2 339	5 342	-2,376 **	
ROA _{jt}	2 874	5 800	-0,458	2 980	6 061	-0,082	
FKGL							
Variables	<u>Médiane</u>			<u>Moyenne</u>			
	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	
IMAGE _{jt}	2 426,5	5 996,5	-2,124 **	2 363,5	4 991,5	-2,348 **	
FINBPA _{jt}	2 903	6 389	-0,158	2 848	6 334	-0,357	
FINBN _{jt}	2 438	5 678	-0,941	2 639	4 985	-0,183	
FINQR _{jt}	1 638	3 718	-1,118	1 586	3 017	-1,253	
ACTIFS _{jt}	2 135	4 691	-3,042 ***	2 336	5 822	-2,339 **	
ROA _{jt}	2 859	6 429	-0,442	2 810	5 438	-0,639	

Fog							
Variables	Mann-Whitney U	<u>Médiane</u>	Z				
		Wilcoxon W		Mann-Whitney U	<u>Moyenne</u>	Wilcoxon W	Z
IMAGE _{jt}	2 670	5 910	-1,312	2 515,5	5 365,5	-1,852	*
FINBPA _{jt}	2 892,5	5 742,5	-0,253	2 929,5	5 704,5	-0,11	
FINBN _{jt}	2 135	4 985	-2,189 **	2 148	4 633	-2,122	**
FINQR _{jt}	1 653	3 544	-1,062	1 644	3 355	-1,087	
ACTIFS _{jt}	2 082	4 932	-3,287 ***	2 097	5 337	-3,233	***
ROA _{jt}	2 952	5 802	-0,172	2 852	6 092	-0,53	
SMOG							
Variables	Mann-Whitney U	<u>Médiane</u>	Z				
		Wilcoxon W		Mann-Whitney U	<u>Moyenne</u>	Wilcoxon W	Z
IMAGE _{jt}	2 783	6 353	-0,857	2 504,5	5 279,5	-1,879	*
FINBPA _{jt}	2 673,5	5 229,5	-0,99	2 814,5	6 135,5	-0,514	
FINBN _{jt}	2 363	5 444	-1,273	2 267	4 682	-1,646	*
FINQR _{jt}	1 847	3 677	-0,067	1 810	4 088	-0,167	
ACTIFS _{jt}	2 324	4 880	-2,363 **	2 132	5 453	-3,099	***
ROA _{jt}	2 703	6 273	-1,002	2 849	5 624	-0,53	

*** p < 0,01 ; ** p < 0,05 ; * p < 0,10

¹ À noter que la somme des rangs pour tous les modèles sont présentés à l'annexe 11.

Tableau 4.43
Test Kolmogorov-Smirnov – Lisibilité

Flesch										
Variables	<u>Médiane</u>					<u>Moyenne</u>				
	Différences les plus extrêmes					Différences les plus extrêmes				
	Absolue	Positive	Négative	Kolmogorov-Smirnov Z		Absolue	Positive	Négative	Kolmogorov-Smirnov Z	
IMAGE _{jt}	0,185	0,013	-0,185	1,155		0,201	0,201	-0,014	1,255	*
FINBPA _{jt}	0,158	0,158	-0,059	0,979		0,169	0,052	-0,169	1,048	
FINBN _{jt}	0,115	0,086	-0,115	0,698		0,117	0,117	-0,069	0,71	
FINQR _{jt}	0,229	0,001	-0,229	1,265	*	0,23	0,23	-0,001	1,271	*
ACTIFS _{jt}	0,249	0,249	-0,04	1,549	**	0,253	0,038	-0,253	1,573	**
ROA _{jt}	0,115	0,045	-0,115	0,713		0,082	0,082	-0,057	0,513	
FKGL										
Variables	<u>Médiane</u>					<u>Moyenne</u>				
	Différences les plus extrêmes					Différences les plus extrêmes				
	Absolue	Positive	Négative	Kolmogorov-Smirnov Z		Absolue	Positive	Négative	Kolmogorov-Smirnov Z	
IMAGE _{jt}	0,22	0,22	0	1,371	**	0,226	0	-0,226	1,408	**
FINBPA _{jt}	0,099	0,089	-0,099	0,612		0,136	0,136	-0,064	0,843	
FINBN _{jt}	0,212	0,212	-0,056	1,278	*	0,133	0,085	-0,133	0,803	
FINQR _{jt}	0,149	0,149	-0,026	0,82		0,146	0,039	-0,146	0,798	
ACTIFS _{jt}	0,306	0,034	-0,306	1,898	***	0,282	0,282	-0,044	1,752	***
ROA _{jt}	0,084	0,084	-0,036	0,522		0,095	0,042	-0,095	0,591	

Fog									
Variables	<u>Médiane</u>					<u>Moyenne</u>			
	Différences les plus extrêmes					Différences les plus extrêmes			
	Absolue	Positive	Négative	Kolmogorov-Smirnov Z		Absolue	Positive	Négative	Kolmogorov-Smirnov Z
IMAGE _{jt}	0,161	0,161	-0,014	1,006		0,214	0,011	-0,214	1,334 *
FINBPA _{jt}	0,1	0,055	-0,1	0,621		0,077	0,077	-0,073	0,48
FINBN _{jt}	0,254	0,254	-0,002	1,542 **		0,232	0,005	-0,232	1,408 **
FINQR _{jt}	0,164	0,033	-0,164	0,905		0,16	0,068	-0,16	0,883
ACTIFS _{jt}	0,325	0,037	-0,325	2,022 ***		0,321	0,321	-0,042	1,996 ***
ROA _{jt}	0,068	0,061	-0,068	0,425		0,087	0,087	-0,029	0,539

SMOG									
Variables	<u>Médiane</u>					<u>Moyenne</u>			
	Différences les plus extrêmes					Différences les plus extrêmes			
	Absolue	Positive	Négative	Kolmogorov-Smirnov Z		Absolue	Positive	Négative	Kolmogorov-Smirnov Z
IMAGE _{jt}	0,117	0,117	-0,016	0,729		0,184	0,011	-0,184	1,145
FINBPA _{jt}	0,125	0,028	-0,125	0,774		0,099	0,099	-0,059	0,613
FINBN _{jt}	0,165	0,165	-0,024	0,998		0,19	0,008	-0,19	1,15
FINQR _{jt}	0,11	0,097	-0,11	0,609		0,137	0,137	-0,103	0,752
ACTIFS _{jt}	0,254	0,034	-0,254	1,576 ***		0,313	0,313	-0,028	1,946 ***
ROA _{jt}	0,122	0,122	-0,062	0,757		0,101	0,056	-0,101	0,628

*** p < 0,01 ; ** p < 0,05 ; * p < 0,10

4.6.4.1 Les résultats liés à la relation entre la lisibilité ($LISI_{jt}$) et l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$)

La cinquième hypothèse H5a propose que la compréhensibilité de l'information divulguée soit négativement liée à l'image organisationnelle des sociétés. Rappelons que l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$) est mesurée par la couverture médiatique à l'aide du coefficient Janis-Fadner (1943). La mesure $FLESC_{jt}$ est composée d'une échelle croissante de lisibilité, alors que les autres mesures ($FKGL_{jt}$, FOG_{jt} et $SMOG_{jt}$) disposent d'échelles décroissantes. Nous interprétons les résultats à l'aide du $FLESC_{jt}$ et par la suite nous indiquons si les résultats demeurent les mêmes avec les autres mesures.

Les différentes mesures de la lisibilité ($LISI_{jt}$) sont des variables continues, elles sont donc analysées à l'aide des tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-Smirnov (Corder et Foreman, 2014). Les tests Mann-Whitney U démontrent que les résultats pour la variable $IMAGE_{jt}$ le coefficient est significatif au seuil 0,05 pour la moyenne ($U = 2\,448.5$; moins que la moyenne = 79 ; plus que la moyenne = 77) et marginalement significatif au seuil 0,10 pour la médiane ($U = 2\,515$; moins que la médiane = 77 ; plus que la médiane = 79) avec la mesure du $FLESC_{jt}$. Les autres mesures soient : $FKGL_{jt}$, FOG_{jt} et $SMOG_{jt}$ génèrent également des résultats significatifs ($FKGL_{jt}$: médiane et moyenne, significatif au seuil .05 ; FOG_{jt} et $SMOG_{jt}$: moyenne, marginalement significatif au seuil .10). Pour la mesure $FLESC$, la somme des rangs supérieurs à la médiane ($\Sigma R = 6\,728$) est supérieure que la somme des rangs inférieurs à la médiane ($\Sigma R = 5\,518$) (pour la moyenne : > moyenne $\Sigma R = 6\,637.5$; < moyenne $\Sigma R = 5\,608.5$). Dans cette logique, l'image organisationnelle est davantage favorable lorsque la lisibilité est supérieure à la moyenne et la médiane, donc que la lisibilité est meilleure. Dans le cadre des autres modèles : $FKGL_{jt}$, FOG_{jt} et $SMOG_{jt}$, la somme des rangs supérieurs à la médiane (et la moyenne) est inférieure que la somme des rangs inférieurs à la médiane (et la moyenne), puisqu'il s'agit d'une échelle décroissante.

Pour sa part, les tests Kolmogorov-Smirnov révèlent que les différentes sont significatives (par exemple, pour le $FLESC_{jt}$ (moyenne): différences les plus extrêmes =

.201 ; $p < .10$). Des résultats similaires sont également notés pour les mesures $FKGL_{jt}$, FOG_{jt} et $SMOG_{jt}$. Ainsi, nos résultats démontrent que la couverture médiatique favorable a une incidence positive sur la lisibilité de l'information sociétale. L'hypothèse H5a qui propose que la compréhensibilité de l'information divulguée soit négativement liée à l'image organisationnelle des sociétés est donc supportée.

Parmi les travaux qui appuient nos résultats, Melloni *et al.* (2017) se sont également intéressés aux déterminants de la qualité des rapports sociétaux à l'aide de la mesure du Gunning Fog. Leurs résultats révèlent que les entreprises dont la performance RSE est faible, mesuré par l'indice ASSET4, présentent des manipulations syntaxiques et de l'information moins lisible (Melloni *et al.*, 2017). Ceci suggère que les entreprises peuvent gérer les impressions des parties prenantes en manipulant leurs divulgations (Merkl-Davies *et al.*, 2011 ; Merkl-Davies et Brennan, 2017). Des résultats similaires sont également notés par Nazari *et al.* (2017) et Bacha et Ajina (2019) qui utilise le KLD Database et CSRHub comme mesures de la performance respectivement. Ainsi, il semble que les entreprises puissent user de stratégies de gestion des impressions pour protéger leur image, telle que la manipulation de la lisibilité, afin de remédier à une couverture médiatique ou une performance sociétale défavorable.

4.6.4.2 Les résultats liés à la relation entre la lisibilité ($LISI_{jt}$) et la financiarisation (FIN_{jt})

La cinquième hypothèse H5b propose que la compréhensibilité de l'information divulguée soit négativement liée à l'occurrence d'agissements court-termistes des sociétés. Rappelons que la financiarisation (FIN_{jt}) est estimée à l'aide de trois ratios, soit : (1) le ratio des prévisions du bénéfice net moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice net selon les états financiers ($FINBN_{jt}$) ; (2) le ratio des prévisions du bénéfice par action moyen annuel des analystes divisé par le bénéfice par action selon les états financiers ($FINBPA_{jt}$) ; et (3) les flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net ($FINQR_{jt}$). Comme pour la variable de l'image organisationnelle ($IMAGE_{jt}$), ces variables sont continues, elles sont donc analysées à l'aide des tests Mann-Whitney U et Kolmogorov-

Smirnov (Corder et Foreman, 2014). À noter que la variable $FINBPA_{jt}$ n'est pas significative et n'est donc pas discutée.

Pour sa part, la variable $FINBN_{jt}$ est significative dans les modèles qui mesure la lisibilité à l'aide du FOG_{jt} et du $SMOG_{jt}$, mais non pour les mesures du $FLESC_{jt}$ et du $FKGL_{jt}$. Les résultats des tests Mann-Whitney U démontrent que, pour la mesure du FOG_{jt} , la variable $FINBN_{jt}$ est significative au seuil 0,05 pour la médiane ($U = 2\ 135$; moins que la médiane = 72 ; plus que la médiane = 75), de même que pour la moyenne ($U = 2\ 148$; moins que la moyenne = 77 ; plus que la moyenne = 70). Pour la mesure du Fog, la somme des rangs supérieurs à la médiane ($\Sigma R = 4\ 985$) est inférieure que la somme des rangs inférieurs à la médiane ($\Sigma R = 5\ 893$) (pour la moyenne : $>$ moyenne $\Sigma R = 4\ 633$; $<$ moyenne $\Sigma R = 6\ 245$). Des résultats similaires sont présentés pour la mesure $SMOG_{jt}$, mais seule la moyenne est marginalement significative au seuil 0,10. Pour leur part, pour les tests Kolmogorov-Smirnov, seule la mesure du FOG_{jt} est significative au seuil .05 pour la médiane (différences les plus extrêmes = 0,254 ; $p < 0,05$) et la moyenne (différences les plus extrêmes = 0,232 ; $p < 0,05$).

Dans cette logique, plus la différence entre les états financiers et les prévisions annuelles des analystes est élevée, moins le score de lisibilité est élevé, donc plus l'information est lisible. Ainsi, nos résultats démontrent que lorsque la lisibilité est difficile, il y a moins de dispersion entre le bénéfice net divulgué dans les états financiers et les prévisions des analystes, un comportement court-termisme. Ces résultats s'opposent à l'hypothèse 5b, qui propose que la compréhensibilité de l'information divulguée soit négativement liée à l'occurrence d'agissements court-termistes des sociétés.

Enfin, en ce qui concerne la variable $FINQR_{jt}$, soit le ratio des flux de trésorerie opérationnels divisés par le bénéfice net, seul le modèle qui utilise le $FLESC_{jt}$ est significatif au seuil .05 pour les tests Mann-Whitney U (Médiane : $U = 1\ 472$; moins que la médiane = 60 ; plus que la médiane = 62 ; Moyenne : $U = 1\ 458$; moins que la moyenne = moyenne = 62 ; plus que la moyenne = 50). La somme des rangs supérieurs à la médiane ($\Sigma R = 4\ 201$) est supérieure que la somme des rangs inférieurs à la médiane ($\Sigma R = 3\ 302$)

(pour la moyenne : $>$ moyenne $\Sigma R = 4\,092$; $<$ moyenne $\Sigma R = 3\,411$). Pour leur part, les tests Kolmogorov-Smirnov démontrent que ces différences sont marginalement significatives pour la médiane (différence absolue = 0,229; $p < 0,10$) et la moyenne (différence absolue = 0,23; $p < 0,10$). Ainsi, plus le ratio est élevé, indiquant un bénéfice conservateur, meilleure est la lisibilité. Inversement, moins le ratio est élevé, indiquant la gestion potentielle des bénéfices, moins l'information est lisible. Ces résultats appuient l'hypothèse H5b, selon laquelle la compréhensibilité de l'information divulguée soit négativement liée à l'occurrence d'agissements court-termistes des sociétés.

En somme, il semble que les résultats soient mitigés. Nous posons néanmoins certaines limites à notre analyse puisque, de manière globale, tous les rapports sociétaux sont évalués comme étant difficiles à lire. En effet, selon les travaux antérieurs, les communications sociétales sont évaluées comme étant difficiles à lire sans détenir l'expertise dans le domaine (Bakar et Ameer, 2011 ; Cho, Michelon, *et al.*, 2012 ; du Toit, 2017 ; Stone et Lodhia, 2019). Il est donc possible que le lien entre les comportements court-termistes et la lisibilité soit difficile à prouver, car les analystes ne possèdent peut-être pas l'expertise nécessaire pour analyser les rapports sociétaux.

4.6.5 Les résultats liés aux variables de contrôle

4.6.5.1 Le secteur d'activité de l'entreprise (MAT_{jt} , $ENER_{jt}$)

En ce qui concerne le secteur d'activité des entreprises, seuls les secteurs des matériaux (MAT_{jt}) et de l'énergie ($ENER_{jt}$) sont significatifs. Les résultats du Chi-Deux, Phi et V de Cramer démontrent que le coefficient MAT_{jt} est marginalement significatif pour la médiane au seuil .10 pour la mesure du $FLESC_{jt}$ et non significatif pour les autres mesures ($FKGL_{jt}$, FOG_{jt} , $SMOG_{jt}$). Les résultats des tableaux croisés dans le tableau 4.41 présentent que 59,6 % ($n = 34$) des rapports sociétaux qui présente de l'information sociétale avec un score de lisibilité supérieur à la médiane œuvre dans le secteur des matériaux ($n = 57$). Ainsi, l'appartenance au secteur des matériaux semble avoir une incidence positive sur la lisibilité.

Pour leur part, les résultats du Chi-Deux, Phi et V de Cramer démontrent que le coefficient $ENER_{jt}$ est significatif au seuil .01 pour la médiane et la moyenne, et ce, pour toutes les mesures de lisibilité. Les résultats des tableaux croisés (tableau 4.41), présentent que les entreprises qui œuvrent dans le secteur de l'énergie présentent de l'information sociétale moins lisible. En effet, pour la mesure du $FLESC_{jt}$ qui utilise une échelle de mesure croissante, seulement 25,6 % ($n = 10$) des rapports sociétaux qui présentent de l'information sociétale avec un score de lisibilité supérieur à la médiane (moyenne : 23,1 %, $n = 9$) œuvrent dans le secteur de l'énergie ($n = 39$). Pour les mesures qui disposent d'une échelle décroissante, soit le $FKGL_{jt}$, FOG_{jt} et le $SMOG_{jt}$, près de 75 % des rapports sociétaux de l'information sociétale avec un score de lisibilité plus élevé que la médiane œuvrent dans le secteur de l'énergie. Ainsi, les entreprises qui font partie de ce secteur d'activité divulguent de l'information sociétale moins lisible.

4.6.5.2 La taille de l'entreprise ($ACTIFS_{jt}$)

La variable $ACTIFS_{jt}$ est mesurée par le logarithme naturel des actifs totaux. Dans le cadre de notre analyse, les tests Mann-Whitney U révèlent que le coefficient $ACTIFS_{jt}$ est significatif au seuil .05 pour la médiane et la moyenne avec la mesure du $FLESC_{jt}$ (Médiane : $U = 2\ 369$; moins que la médiane = 76 ; plus que la médiane = 79 ; Moyenne : $U = 2\ 339$; moins que la moyenne = moyenne = 78 ; plus que la moyenne = 77). Pour cette même mesure, la somme des rangs supérieurs à la médiane ($\Sigma R = 5\ 529$) est inférieure que la somme des rangs inférieurs à la médiane ($\Sigma R = 6\ 561$) (pour la moyenne : $>$ moyenne $\Sigma R = 5\ 342$; $<$ moyenne $\Sigma R = 6\ 748$). Pour sa part, pour le test Kolmogorov-Smirnov la différence est significative pour la médiane (différences les plus extrêmes = .249 ; $p < 0,05$) et la moyenne (différences les plus extrêmes = .253 ; $p < 0,05$). Les résultats demeurent similaires pour les autres mesures de lisibilité. Ainsi, la taille de l'entreprise a une incidence négative sur le score de lisibilité est inférieur la médiane (et la moyenne), donc sur la compréhensibilité. Les résultats demeurent les mêmes, peu importe la mesure de la lisibilité ($FKGL_{jt}$, FOG_{jt} , $SMOG_{jt}$). Ces résultats vont dans le même sens que Fernandez-Feijoo *et al.* (2014a) qui notent que, même si les grandes entreprises cotées à la Bourse présentent plus de divulgations sociétales, celles-ci sont moins fidèles.

4.6.5.3 L'année couverte par le rapport sociétal ($A2017_{jt}$)

La variable $A2017_{jt}$ est une variable dichotomique qui permet d'examiner si l'année couverte, soit 2017, par le rapport sociétal a une incidence sur la qualité de l'information sociétale. Les résultats du test Chi-Deux, Phi et V de Cramer (tableau 4.40) démontrent que, pour la mesure $SMOG_{jt}$, le coefficient $A2017_{jt}$ est significatif au seuil 0,01 pour la moyenne (FLESCH : non significatif ; FKGL : médiane $p < 0,10$; moyenne $p < 0,05$; FOG : moyenne $p < 0,10$). Les résultats des tableaux croisés présentent que la plupart des rapports sociétaux, soit environ 60 %, et ce, pour toutes les mesures, qui couvrent l'année 2017 obtiennent un score moins élevé que la moyenne et la médiane, soit un rapport sociétal plus lisible.

4.6.5.4 La conformité à la Global Reporting Initiative (GRI_{jt})

Enfin, la variable dichotomique GRI_{jt} est présente dans tous les modèles. Lorsque le rapport sociétal est en conformité avec la Global Reporting Initiative (GRI), cette variable prend une valeur de 1 et de 0 autrement. Les résultats du Chi-Deux, Phi et V de Cramer démontrent que le coefficient GRI_{jt} est significatif au seuil 0,05 pour la médiane et la moyenne pour la mesure FOG_{jt} . Pour la mesure $SMOG_{jt}$, le coefficient est significatif au seuil 0,01 pour la médiane et marginalement significatif au seuil 0,10 pour la moyenne, tandis que pour les mesures $FKGL_{jt}$ et $FLESCH_{jt}$ les coefficients ne sont pas significatifs.

Les résultats des tableaux croisés dans le tableau 4.41 proposent que plus de 40 % des rapports sociétaux qui sont en conformité avec la GRI ($n = 95$) présentent de l'information sociétale moins lisible que la médiane et la moyenne. Nous pouvons donc conclure que la conformité à la GRI ne mène pas à de l'information sociétale plus lisible. Ceci peut être causé par la complexité des exigences de la GRI et des critiques relatives au manque de cohésion et d'alignement des principes de mesures (Diouf et Boiral, 2017 ; Haller *et al.*, 2018 ; Joseph, 2012 ; Talbot et Boiral, 2018). De même, de manière générale, les communications sociétales, , sont jugées comme étant difficiles à lire sans détenir l'expertise dans le domaine (Bakar et Ameer, 2011 ; Cho, Michelon, *et al.*, 2012 ; du Toit,

2017 ; Stone et Lodhia, 2019). Ainsi, les résultats obtenus dans le cadre de notre étude appuient ceux de Verk *et al.* (2019) qui démontre que la multiplicité des initiatives et des interprétations semble nuire à la compréhension de l'information sociétale.

Dans le cadre de l'analyse du modèle 5 : lisibilité, il semble que différents éléments puissent avoir une incidence sur la lisibilité de l'information sociétale. Comme le démontre les résultats, les entreprises qui peuvent tenter d'améliorer leur image organisationnelle en manipulant la lisibilité du rapport sociétal. De plus, la taille de l'entreprise et la conformité à la GRI mène à de l'information moins lisible. Dans cette logique, malgré que les entreprises investissent dans des initiatives de reporting sociétal ou qu'elle soit considérée comme des entreprises de grandes tailles, cela ne garantit pas que l'information soit plus lisible. Certains questionnements peuvent néanmoins être amené en raison des nombreuses critiques lié à la lisibilité (Adelberg, 1979; Jones et Shoemaker, 1994; Loughran et McDonald, 2014).

En effet, il se peut que la complexité du reporting sociétal soit dû à la complexité des organisations, par exemple, les résultats obtenus démontrent que les entreprises œuvrant dans le secteur de l'énergie présentent des divulgations moins lisibles. Néanmoins, comme le propose Bloomfield (2008), il se peut que les divulgations soient moins lisibles en raison de la complexité des opérations. Par ailleurs, bien que les résultats démontrent que certains déterminants ont une incidence sur la lisibilité de l'information sociétal, rappelons que la lisibilité est, de manière globale, difficile pour la majorité des rapports sociétaux.

En somme, les résultats de nos cinq modèles nous mènent à de multiples conclusions. Celles-ci sont synthétisées dans le tableau 4.44 par hypothèse. Dans le dernier chapitre, nous abordons les principales conclusions et contributions de notre recherche.

Tableau 4.44
Synthèse des résultats

Modèles	Déterminants	Hypothèses	Résultats	Interprétation
1 – Neutralité	Image organisationnelle (IMAGE _{jt})	H1a	Non significatif	Non significatif
1 – Neutralité	Gouvernance (GOUV _{jt})	H1b	Opposée à H1b	L'adoption de pratiques de gouvernance reconnues mène à plus de graphiques à tendance favorable, donc à moins de neutralité.
1 – Neutralité	Narcissisme Managérial			
	• PHOTO _{jt}	H1c	Appuyée	L'occurrence de comportements narcissiques mène à plus de graphiques à tendance favorable, donc à moins de neutralité.
	• COMM _{jt}	H1c	Opposée à H1c	L'occurrence de comportements narcissiques mène à moins de graphiques à tendance favorable, donc à plus de neutralité.
	• ESP _{jt}	H1c	Non significatif	Non significatif
1 – Neutralité	• HORSESP _{jt}	H1c	Opposée à H1c	L'occurrence de comportements narcissiques mène à moins de graphiques à tendance favorable, donc à plus de neutralité.
	Financiarisation			
	• FINBPA _{jt}	H1d	Non significatif	Non significatif
	• FINBN _{jt}	H1d	Appuyée	L'occurrence de comportement court-termistes mène à plus de graphiques à tendance favorable, moins de neutralité.
1 – Neutralité	• FINQR _{jt}	H1d	Appuyée	L'occurrence de comportement court-termistes mène à plus de graphiques à tendance favorable, moins de neutralité.
2 – Exhaustivité	Image organisationnelle (IMAGE _{jt})	H2a	Non significatif	Non significatif
2 – Exhaustivité	Gouvernance (GOUV _{jt})	H2b	Appuyée	L'adoption de pratiques de gouvernance reconnues mène à de l'information sociétale plus exhaustive.
2 – Exhaustivité	Narcissisme Managérial			
	• PHOTO _{jt}	H2c	Opposée à H2c	L'occurrence de comportements narcissiques mène à de l'information plus exhaustive.
	• COMM _{jt}	H2c	Opposée à H2c	L'occurrence de comportements narcissiques mène à de l'information plus exhaustive.
	• ESP _{jt}	H2c	Opposée à H2c	L'occurrence de comportements narcissiques mène à de l'information plus exhaustive.
	• HORSESP _{jt}	H2c	Non significatif	Non significatif

Modèles	Déterminants	Hypothèses	Résultats	Interprétation
2 – Exhaustivité	Financiarisation <ul style="list-style-type: none"> • FINBPA_{jt} • FINBN_{jt} • FINQR_{jt} 	H2d H2d H2d	Non significatif Non significatif Non significatif	Non significatif Non significatif Non significatif
3 – Vérifiabilité	Image organisationnelle (IMAGE _{jt})	H3a	Non significatif	Non significatif
3 – Vérifiabilité	Gouvernance (GOUV _{jt})	H3b	Opposée à H3b	L'adoption de pratiques de gouvernance reconnues mène à un score de vérifiabilité moindre, donc à moins de vérifiabilité
4 – Obfuscation	Image organisationnelle (IMAGE _{jt})	H4a	Non significatif	Non significatif
4 – Obfuscation	Financiarisation <ul style="list-style-type: none"> • FINBPA_{jt} • FINBN_{jt} • FINQR_{jt} 	H4b H4b H4b	Opposée à H4b Opposée à H4b Non significatif	L'occurrence de comportement court-termismes mène à moins de distorsions favorables dans les graphiques, donc à plus de compréhensibilité. L'occurrence de comportement court-termismes mène à moins de distorsions favorables dans les graphiques, donc à plus de compréhensibilité. Non significatif
5 – Lisibilité	Image organisationnelle (IMAGE _{jt})	H5a	Appuyée	L'image organisationnelle est davantage favorable lorsque l'information sociétale est plus lisible, donc plus compréhensible.
5 – Lisibilité	Financiarisation <ul style="list-style-type: none"> • FINBPA_{jt} • FINBN_{jt} • FINQR_{jt} 	H5b H5b H5b	Non significatif Opposée à H5b Appuyée	Non significatif L'occurrence de comportement court-termismes mène à plus de lisibilité, donc à plus de compréhensibilité L'occurrence de comportement court-termismes mène à moins de lisibilité, donc à moins de compréhensibilité.

CHAPITRE 5

CONCLUSION

Cette thèse s'est intéressée à l'incidence de certains déterminants organisationnels sur les qualités de l'information à caractère sociétal, dans un contexte où la divulgation est volontaire. Cette perspective demeure, à ce jour, peu étudiée. L'originalité de l'étude réside dans les qualités de l'information sociétale étudiée. Alors que plusieurs études se sont intéressées à la pertinence de l'information sociétale, la fidélité, la vérifiabilité et la compréhensibilité sont examinées. Les données recueillies s'appuient sur de nombreuses études afin de développer des modèles qui permettent d'examiner les déterminants des qualités de l'information sociétale. Par exemple, par l'analyse du contenu des rapports sociétaux, les graphiques et la structure linguistique. Ceci permet d'obtenir une vue d'ensemble des rapports sociétaux et d'évaluer les différentes composantes évaluées en silos par les travaux antérieurs. Cette thèse contribue également au développement de la théorie de la gestion des impressions dans le contexte du reporting sociétal.

Dans les prochaines sections, les principales conclusions de l'étude, puis les contributions découlant des analyses sont présentées. Par la suite, les avenues de recherche futures et les limites de la thèse sont présentées.

5.1 LES PRINCIPAUX RÉSULTATS ET CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE

De manière globale, les résultats de cette thèse démontrent plusieurs lacunes et préoccupations relatives à la divulgation d'information sociétale. Tout d'abord, les résultats démontrent que les entreprises canadiennes manipulent l'information pour accentuer les tendances favorables dans la présentation de leurs graphiques. En effet, en moyenne, plus de la moitié des graphiques présentent une tendance favorable et plus du tiers des graphiques présentent des distorsions favorables et significatives. Deuxièmement, l'information divulguée manque d'exhaustivité et ne présente pas une

image complète de la RSE. De plus, peu des rapports sociétaux sont audités et, dans les faits, peu de données sont vérifiées. Enfin, l'analyse de la lisibilité démontre que, de manière générale, les rapports sociétaux sont peu lisibles sans détenir une expertise dans le domaine de la RSE. Ainsi, ceci mène à remettre en question la qualité globale des rapports sociétaux et l'utilisation qui peut en découler, notamment dans la prise de décisions par les différentes parties prenantes.

En ce qui concerne les déterminants des qualités de l'information sociétale divulguée, différents constats sont faits. Tout d'abord, l'occurrence de comportements court-termistes résulte dans la présentation de graphiques à tendance favorable, mais ceux-ci ne font pas l'objet de plus de distorsions. Dans le même ordre d'idées, les résultats liés à la compréhensibilité de l'information sociétale, tels que mesurés par la lisibilité, démontrent que la couverture médiatique favorable mène à une meilleure lisibilité. Il semble donc que, lorsque la couverture médiatique est favorable, les entreprises ne ressentent pas le besoin de manipuler la lisibilité pour influencer favorablement les parties prenantes. Par ailleurs, l'adoption de pratiques de gouvernance reconnues et la mise en place de comités de gouvernance liés à la RSE semblent avoir une incidence favorable sur l'exhaustivité de l'information sociétale divulguée. De même, lorsque les entreprises disposent d'un comité lié à la RSE, l'information sociétale présente moins de biais favorables.

De manière globale, il semble y avoir plusieurs problèmes au niveau de la qualité du reporting sociétal. Ceci peut potentiellement avoir une incidence sur les résultats obtenus, puisqu'il se peut que les déterminants ne soient pas significatifs qu'en raison la piètre qualité. De plus, certaines pratiques de reporting sociétal soulèvent d'importants questionnements. Le premier concerne la conformité à la GRI. Selon les résultats obtenus, les rapports sociétaux en conformité avec l'une des initiatives de la GRI divulguent de l'information plus exhaustive. Néanmoins, les analyses portant sur la lisibilité soulèvent que ceux-ci sont moins lisibles. Ainsi, il se peut que la GRI ne soit pas la structure à privilégier pour fournir de l'information pertinente aux

utilisateurs des rapports sociétaux. De plus, plusieurs travaux mentionnent également que les indicateurs de la GRI ne sont pas adaptés pour certains types d'entreprises (Deegan et Unerman, 2011 ; Garcia-Torea *et al.*, 2020 ; Journault et Levant, 2017 ; Linz et Traxler, 2017). Par ailleurs, selon Boiral (2016), Journault et Levant (2017) et Talbot et Boiral (2018), il se peut que la conformité à la GRI soit plutôt utilisée comme un outil de gestion des impressions et que les divulgations soient symboliques.

Le second questionnement est lié à l'audit de l'information sociétale. En effet, les résultats liés à l'audit de l'information sociétale et à l'obtention d'un audit sociétale par un grand cabinet comptable (Big4) sont révélateurs. D'une part, l'audit de l'information sociétale est positivement associé à l'exhaustivité et à la neutralité de l'information sociétale, mais négativement associé à la neutralité lorsqu'elle est auditée par un grand cabinet comptable. L'une des explications proposées par les travaux antérieurs est liée à la commercialisation de l'assurance (Hickman et Cote, 2019), où les Big 4 voient l'assurance de l'information sociétale comme une opportunité de facturation supplémentaire (Boiral *et al.*, 2018 ; Boiral et Heras-Saizarbitoria, 2020). D'ailleurs, il semble que, contrairement à l'audit de l'information financière, l'audit de l'information demeure peu réglementé et que la responsabilité légale des auditeurs soit limitée. Dans cette logique, il se peut que l'audit soit utilisé comme une stratégie de gestion des impressions visant plutôt à renforcer l'image de l'entreprise (Adams et Evans, 2004 ; Boiral et Heras-Saizarbitoria, 2020 ; Gillet, 2012) et que l'audit que peut être de nature symbolique et superficielle (Boiral *et al.*, 2019).

5.2 LES CONTRIBUTIONS DE LA THÈSE

Les résultats de cette thèse contribuent à l'avancement des connaissances et permettent de mieux comprendre la qualité de l'information sociétale divulguée de manière volontaire. Les prochaines sections présentent les apports théoriques, méthodologiques et managériaux de la thèse.

5.2.1 Les contributions théoriques

Cette thèse contribue à l'avancement des connaissances théoriques à plusieurs niveaux. Notamment, au développement de la perspective symbolique-interprétative des communications comptables externes telle qu'établies par Merkl-Davies et Brennan (2017). Cette perspective rejoint la théorie de la gestion des impressions, où la divulgation d'information peut permettre de gérer les impressions des parties prenantes et de créer une image favorable des entreprises. Même si l'étude ne vise pas à examiner spécifiquement les stratégies de gestion des impressions, telle que développée par Brennan et Merkl-Davies dans Jack (2013), Merkl-Davies et Brennan (2007, 2017) et Merkl-Davies *et al.* (2011), plusieurs d'entre-elles ressortent dans les analyses. Rappelons que les stratégies relevées par ces auteurs sont : (1) la manipulation de la lisibilité ; (2) la manipulation de la rhétorique ; (3) la manipulation de la thématique ; (4) les manipulations visuelles et structurelles ; (5) les comparaisons de performance ; (6) le choix des chiffres présentés ; et (7) l'attribution de la performance. Comme il est noté dans la revue de la littérature, plusieurs de ces stratégies sont aussi notées dans les études liées au reporting sociétal.

Tout d'abord, en ce qui concerne la stratégie de manipulation de la lisibilité, les résultats démontrent que la couverture médiatique défavorable mène à la divulgation d'information sociétale moins lisible. Ensuite, pour la stratégie de manipulation de la rhétorique, qui implique l'utilisation d'un langage persuasif visant à dissimuler les éléments négatifs, les résultats liés à la neutralité démontrent que les entreprises peuvent tenter de dissimuler leurs comportements court-termistes par la divulgation d'information à biais favorable. De plus, le niveau de distorsions des graphiques présentés dans les rapports sociétaux révèle également des manipulations pour accentuer des tendances favorables et minimiser les tendances défavorables. Ceci rejoint la stratégie de manipulation de la thématique, de même que les manipulations visuelles et structurelles des informations divulguées. Par ailleurs, les résultats liés à l'exhaustivité de l'information sociétale indiquent également que les entreprises

peuvent choisir de présenter l'information qu'elles désirent, ce qui rejoint les stratégies du choix des chiffres présentés et de comparaisons de performance. Enfin, les questionnements relatifs à l'utilisation de la GRI et à l'audit de l'information sociétale abordent également les intentions des entreprises quant à la gestion des perceptions des parties prenantes.

Cette thèse contribue aussi à la théorie de la légitimité, où le langage utilisé, tel que l'adoption de structures reconnues de divulgations comme les référentiels de la GRI, influence la qualité de l'information et la perception des parties prenantes (Cetindamar, 2007; del Mar Alonso-Almeida *et al.*, 2014; Schreck et Raithel, 2018). Il semble donc que l'information sociétale puisse être utilisée comme un outil de légitimation pour atteindre d'autres objectifs, même si les divulgations ne sont que symboliques (Buhr, 1998 ; Cho, 2009 ; Cho, Michelon *et al.*, 2015 ; Deegan, 2002 ; Du et Vieira, 2012 ; Journault et Levant, 2017 ; Linz et Traxler, 2017 ; Patten, 2002).

5.2.2 Les contributions méthodologiques de la thèse

Cette thèse mène également à plusieurs contributions d'ordre méthodologiques. Tout d'abord, la collecte de données exhaustive sur un grand échantillon d'entreprises canadiennes cotées à la Bourse permet de broser un portrait global des pratiques et de la qualité du reporting sociétal. De plus, les mesures des qualités et des déterminants sont issues des travaux antérieurs, ce qui permet de valider certaines mesures utilisées dans d'autres études.

Certaines mesures, telles que celles de la neutralité et de l'obfuscation, sont peu explorées par les travaux antérieurs. En effet, ces mesures s'intéressent aux graphiques dans les rapports sociétaux. La neutralité, telle qu'évaluée par la sélectivité des graphiques, fait l'objet de peu d'études dans le domaine du reporting sociétal, outre l'étude de Cho, Michelon *et al.* (2012). Pour sa part, l'obfuscation, telle que mesurée par les distorsions dans les graphiques à l'aide du RGDI, demeure également peu

étudiée (Cho, Michelon *et al.*, 2012 ; Beattie et Jones, 2008, 2000, 1992). À l’opposé, les mesures de lisibilité telle que le Flesch Reading Ease, le Flesch-Kincaid Grade Level, le Gunning Fog et le SMOG sont plus largement étudiées dans le domaine des communications comptables, y compris le reporting sociétal (Abu Bakar et Ameer, 2011 ; du Toit, 2017 ; Harjoto *et al.*, 2020 ; Martínez-Ferrero *et al.*, 2019 ; Melloni *et al.*, 2017 ; Muslu *et al.*, 2019 ; Nazari *et al.*, 2017 ; Stone et Lodhia, 2019 ; Wang *et al.*, 2018). Pour leur part, les mesures de l’exhaustivité et de la vérifiabilité sont composées de grilles de codage reconnues, ce qui permet de valider ces différentes mesures. Ces mesures analysent le contenu des rapports sociétaux, ce qui vient compléter l’analyse des graphiques. La combinaison de ces différentes mesures permet d’examiner plusieurs composantes des rapports sociétaux dans une seule étude, soit : le contenu, les graphiques et la structure linguistique.

En ce qui concerne les déterminants de la qualité, les analyses permettent de valider des mesures moins explorées dans le domaine du reporting sociétal, telles que la financiarisation et le narcissisme. Notamment, les quatre mesures du narcissisme managérial utilisées génèrent des résultats opposés aux hypothèses. Ceci remet alors en question la pertinence de l’utilisation de ces mesures dans d’autres contextes, puisque les résultats entre les différentes mesures du narcissisme managérial manquent de cohérence. Pour leur part, les mesures de la financiarisation semblent également fournir des résultats mitigés dans le contexte de la divulgation sociétale. Les mesures utilisées afin d’évaluer l’occurrence de comportements court-termistes sont des ratios financiers, alors que la divulgation sociétale est extrafinancière. Ainsi, il est intéressant d’explorer si d’autres éléments financiers, jugés comme des comportements s’opposant à la RSE, peuvent avoir une incidence sur la divulgation sociétale.

5.2.3 Les contributions managériales de la thèse

En ce qui concerne les retombées managériales, cette thèse aura des répercussions à différents niveaux et pour différentes parties prenantes. Globalement,

les résultats démontrent plusieurs lacunes des rapports sociétaux manquent d'exhaustivité et que des manipulations sont effectuées. De plus, l'audit de ces rapports ne semble pas être utilisé comme un signal, mais plutôt comme un outil de gestion des impressions, en raison de la nature générique et peu réglementée du reporting. Ainsi, les utilisateurs des rapports sociétaux devront agir avec prudence, puisque l'information divulguée risque de ne pas convenir à leurs besoins.

Par ailleurs, cette thèse permet également d'acquérir une compréhension des différentes manipulations dont peuvent faire usage les entreprises afin de présenter une image favorable et pour conserver leur légitimité. De même, l'identification de certains déterminants, telle que l'adoption de pratiques de gouvernance reconnues, peut aider les parties prenantes dans leur analyse de la RSE. Pareillement, les résultats permettent d'identifier certains comportements contraires à la RSE, tels que la financiarisation et la gestion de la couverture médiatique. Enfin, les résultats peuvent permettre aux parties prenantes de constater que les initiatives comme la GRI et l'audit de l'information sociétale comportent actuellement de nombreuses limites et ne sont pas la clé de la qualité.

Pour les entreprises qui produisent des rapports sociétaux, cette étude permet de comprendre les problèmes de qualités et l'impact que peut avoir la divulgation sur la perception des parties prenantes. De même, les entreprises pourront acquérir une meilleure compréhension des besoins de leurs parties prenantes et y répondre par la divulgation.

Pour les investisseurs, les résultats de cette étude permettent de présenter les lacunes actuelles dont ils doivent tenir compte dans l'analyse des rapports sociétaux. De même, la compréhension de la qualité actuelle du reporting sociétal permettra la réévaluation des instruments utilisés pour évaluer la RSE. À plus long terme, les

conclusions peuvent servir aux investisseurs à exercer des pressions pour que des changements soient effectués chez les entreprises.

En ce qui concerne les instances réglementaires, telles que les gouvernements, l'OSC et les ACVM, les résultats peuvent contribuer, par l'apport d'observations empiriques, au processus législatif. De même, l'identification de déterminants de la qualité permet à ces instances de comprendre les comportements potentiellement déviants des entreprises. À plus long terme, les résultats peuvent contribuer au développement de réglementations pour l'information sociétale et son audit, notamment en soulevant les lacunes actuelles et en fournissant des recommandations pour les améliorer.

À partir des travaux antérieurs, les observations sur le terrain et les résultats obtenus, différentes recommandations à l'égard du reporting sociétal sont proposées. Tout d'abord, dans un contexte de divulgation volontaire, l'autorégulation par l'investissement en RSE est présentée. Par la suite, la normalisation et la réglementation comme une avenue potentielle pour remédier à la qualité déficiente sont proposées.

5.2.3.1 L'autorégulation par l'investissement en RSE

Pour les partisans de la divulgation volontaire, la nature discrétionnaire permet aux entreprises de s'engager sans contraintes (Fallan et Fallan, 2009 ; Maltby, 1997 ; Thirarungrueang, 2013). Les résultats de cette étude et les travaux antérieurs soulèvent que dans un contexte de divulgation volontaire, l'adoption de pratiques de gouvernance et la mise en place de comité de gouvernance lié à la RSE mènent à la divulgation d'information sociétale de meilleure qualité (Amran *et al.*, 2014 ; Katmon *et al.*, 2019 ; Kend, 2015 ; Rossi et Tarquinio, 2017). Dans le même ordre d'idée, selon Katmon *et al.* (2019), les administrateurs qui détiennent une expertise en RSE contribuent à la qualité de l'information. De plus, l'avis d'experts dans le domaine de la RSE semble

avoir une incidence positive sur la qualité de l'information (Abu Bakar et Ameer, 2011 ; du Toit, 2017 ; Stone et Lodhia, 2019). Dans cette logique, l'investissement en RSE semble avoir une incidence positive sur la qualité. Il est donc recommandé aux entreprises d'investir en RSE, que ce soit par la mise en place de comités, l'adoption d'initiatives de reporting et la formation à tous les niveaux de l'entreprise. Pour leur part, les gouvernements pourront appuyer l'engagement en RSE par la mise en place de subventions ou de remises. Ces investissements permettront aux entreprises de s'engager de manière volontaire et à leur rythme.

5.2.3.1 Normalisation de la divulgation sociétale

La seconde recommandation concerne la normalisation. Pour les partisans du reporting sociétal obligatoire, la réglementation semble permettre un équilibre entre la divulgation d'éléments positifs et négatifs (Overland, 2007 ; Thirarungrueang, 2013). En effet, la réglementation peut limiter la capacité de faire des divulgations symboliques ou seulement orientées vers les aspects positifs (Cowan et Gadenne, 2005 ; Luft Mobus, 2005). Par ailleurs, même si la réglementation du reporting sociétal engendre des coûts pour les entreprises, l'obligation de divulguer semble être associée positivement à la qualité de l'information sociétale (Col et Patel, 2019 ; Holgaard et Jørgensen, 2005). De même, selon Crawford et Williams (2010), les entreprises françaises, où la divulgation sociétale est obligatoire, divulguent de l'information de meilleure qualité qu'aux États-Unis, où la divulgation est volontaire. Comme le démontrent les résultats de cette étude, l'adoption d'initiatives volontaires et l'audit de l'information sociétale peuvent être utilisés pour manipuler la perception des parties prenantes plutôt que par souci pour la qualité de l'information. Pour leur part, les entreprises sont laissées à leurs propres moyens dans leurs efforts sociétaux et les besoins des parties prenantes demeurent non satisfaits. Ainsi, l'adoption volontaire du reporting sociétal semble ne pas être la solution optimale, ni pour les utilisateurs ni pour les entreprises.

Dans cette logique, la réglementation offre la possibilité de limiter la capacité des entreprises à gérer les impressions des parties prenantes. Ainsi, pour répondre aux besoins des parties prenantes, notamment aux autorités réglementaires, il est proposé de considérer la réglementation ou du moins, une réglementation graduelle de la divulgation sociétale comme il est le cas dans de nombreux pays. Ceci permettra d'assurer que les mesures sont cohérentes et que les données soient comparables entre les entreprises. De plus, il est recommandé que des normes d'audit sur la divulgation sociétale soient mises en place afin d'encadrer le travail des auditeurs.

5.2.4 Les avenues de recherche future et les limites de l'étude

Les résultats et les conclusions tirées de cette thèse doivent être interprétés en tenant compte de certaines limites. Tout d'abord, l'échantillon sélectionné est composé de grandes entreprises canadiennes cotées à la Bourse de Toronto. Ceci peut mener à certains biais et limites dans l'interprétation des données, puisque les résultats pourraient différer pour des petites entreprises ou d'autres pays. Néanmoins, les entreprises cotées à la Bourse tendent à produire plus de divulgations sociétales en raison de leur taille (Cho, Michelon, Patten et Roberts, 2015 ; Dyduch et Krasodomska, 2017 ; Fernandez-Feijoo, Romero et Ruiz, 2014b ; Patten, 2002 ; Thorne *et al.*, 2014) et de leur visibilité accrue (Du et Vieira, 2012 ; Fernandez-Feijoo, Romero et Ruiz, 2014 ; Kend, 2015 ; Thorne *et al.*, 2014). De plus, le choix du contexte canadien permet également d'examiner la divulgation d'information sociétale dans un contexte volontaire et peu réglementé. Ainsi, cette étude contribue au débat sur la nécessité de réglementer le reporting sociétal.

D'autre part, le choix des mesures sélectionnées peut mener à certains biais dans l'interprétation des résultats. Toutefois, les mesures utilisées sont issues des travaux antérieurs ce qui leur assure une certaine validité. De plus, l'apport de variables de contrôle jusqu'alors peu explorées peut contribuer au développement de différentes pistes de recherche.

De nombreuses avenues de recherche découlent de cette thèse. Tout d'abord, la perspective des utilisateurs demeure, à ce jour, peu explorée dans les travaux sur le reporting sociétal. Selon certains auteurs, les divulgations sociétales sont principalement orientées vers les investisseurs et les employés (Crifo *et al.*, 2019 ; Herremans *et al.*, 2016 ; Kent et Zunker, 2017 ; Li et Haque, 2019). Ainsi, il serait intéressant d'examiner la compréhension et les éléments retenus par ceux-ci. D'un autre point de vue, il pourrait être intéressant de comparer la qualité des divulgations sociétales entre le Canada et d'autres pays qui ont opté pour la réglementation, telles que la France et d'autres pays dans l'Union européenne. Ceci permettrait notamment de mieux comprendre l'apport potentiel de la réglementation. De plus, il serait possible de comparer l'information divulguée par les entreprises œuvrant dans d'autres pays ou cotées au Canada et ailleurs, afin d'évaluer si les entreprises canadiennes présentent les mêmes éléments d'information. Par ailleurs, une autre avenue de recherche intéressante est l'évolution du reporting sociétal au Canada. En effet, il serait intéressant d'étendre l'échantillon sur une plus grande période pour suivre l'évolution de la qualité de la divulgation sociétale. Ce type d'étude pourrait également examiner l'apport de la GRI et d'autres initiatives dans le développement du reporting sociétal. Enfin, une autre avenue de recherche serait d'examiner les différentes stratégies de manipulations et de gestion des impressions pour s'intéresser à la perception des parties prenantes. Ces études permettraient de mieux comprendre l'impact de ces stratégies sur les utilisateurs de l'information.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Abrahamson, E., & Park, C. (1994). Concealment of Negative Organizational Outcomes: An Agency Theory Perspective. *Academy of Management Journal*, 37(5), 1302–1334. <https://doi.org/10.5465/256674>
- Abu Bakar, A. S., & Ameer, R. (2011). Readability of Corporate Social Responsibility communication in Malaysia. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18(1), 50–60. <https://doi.org/10.1002/csr.240>
- AccountAbility. (2008a). *AA1000 Accountability Principles Standard 2008*.
- AccountAbility. (2008b). *AA1000 Assurance Standard 2008*.
- AccountAbility. (2018). *AA1000 Accountability Principles Standard 2018*.
- AccountAbility and KPMG. (2005). *Assurance Standards Briefing AA1000 Assurance Standard and ISAE 3000*.
- Ackers, B., & Eccles, N. S. (2015). Mandatory corporate social responsibility assurance practices: The case of King III in South Africa. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 28(4), 515–550. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-12-2013-1554>
- Adams, C. A., & Evans, R. (2004). Accountability, Completeness, Credibility and the Audit Expectations Gap. *Journal of Corporate Citizenship*, 2004(14), 97–115. <https://doi.org/10.9774/GLEAF.4700.2004.su.00010>
- Adams, C. A., & Larrinaga, C. (2019). Progress: Engaging with organisations in pursuit of improved sustainability accounting and performance. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(8), 2367–2394. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-03-2018-3399>
- Adelberg, A. H. (1979). A Methodology for Measuring the Understandability of Financial Report Messages. *Journal of Accounting Research*, 17(2), 565. <https://doi.org/10.2307/2490519>
- Adler, R., Mansi, M., & Pandey, R. (2018). Biodiversity and threatened species reporting by the top Fortune Global companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 31(3), 787–825. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-03-2016-2490>

- Aerts, W., & Cormier, D. (2009). Media legitimacy and corporate environmental communication. *Accounting, Organizations and Society*, 34(1), 1–27. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2008.02.005>
- Aerts, W., Cormier, D., & Magnan, M. (2006). Intra-industry imitation in corporate environmental reporting: An international perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, 25(3), 299–331. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2006.03.004>
- Aerts, W., Cormier, D., & Magnan, M. (2008). Corporate environmental disclosure, financial markets and the media: An international perspective. *Ecological Economics*, 64(3), 643–659. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2007.04.012>
- Akerlof, G. A. (1970). The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488. <https://doi.org/10.2307/1879431>
- Al-Shaer, H., & Zaman, M. (2019). CEO Compensation and Sustainability Reporting Assurance: Evidence from the UK. *Journal of Business Ethics*, 158(1), 233–252. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3735-8>
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (Fifth Edition). American Psychiatric Association. <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596>
- Amernic, J. H., & Craig, R. J. (2010). Accounting as a Facilitator of Extreme Narcissism. *Journal of Business Ethics*, 96(1), 79–93. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0450-0>
- Amran, A., Lee, S. P., & Devi, S. S. (2014). The Influence of Governance Structure and Strategic Corporate Social Responsibility Toward Sustainability Reporting Quality. *Business Strategy and the Environment*, 23(4), 217. ABI/INFORM Collection; ProQuest Central.
- Anctil, P., & Diaz, L. (2016). *Développement durable: Enjeux et trajectoires*. Presses de l’Université Laval.
- Andrew, J., & Cortese, C. (2013). Free market environmentalism and the neoliberal project: The case of the Climate Disclosure Standards Board. *Critical Perspectives on Accounting*, 24(6), 397–409. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2013.05.010>

- Arena, C., Bozzolan, S., & Michelon, G. (2015). Environmental Reporting: Transparency to Stakeholders or Stakeholder Manipulation? An Analysis of Disclosure Tone and the Role of the Board of Directors: Environmental Reporting: Transparency or Stakeholders' Manipulation? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22(6), 346–361. <https://doi.org/10.1002/csr.1350>
- Argento, D., Culasso, F., & Truant, E. (2019). From Sustainability to Integrated Reporting: The Legitimizing Role of the CSR Manager. *Organization & Environment*, 32(4), 484–507. <https://doi.org/10.1177/1086026618769487>
- Artiach, T., Lee, D., Nelson, D., & Walker, J. (2010). The determinants of corporate sustainability performance. *Accounting & Finance*, 50(1), 31–51. <https://doi.org/10.1111/j.1467-629X.2009.00315.x>
- Arvidsson, S. (2010). Communication of Corporate Social Responsibility: A Study of the Views of Management Teams in Large Companies. *Journal of Business Ethics*, 96(3), 339–354. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0469-2>
- Ashforth, B. E., & Gibbs, B. W. (1990). The Double-Edge of Organizational Legitimation. *Organization Science*, 1(2), 177–194. <https://doi.org/10.1287/orsc.1.2.177>
- Association Française de Normalisation. (2003). *SD 21000 Développement durable—Responsabilité sociétale des entreprises* (FD X 30-021).
- Autorités canadiennes en valeurs mobilières. (2018). *CSA Staff Notice 51-354 Report on Climate change-related Disclosure Project* (p. 42). Autorités canadiennes en valeurs mobilières.
- Bacha, S., & Ajina, A. (2019). CSR performance and annual report readability: Evidence from France. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 20(2), 201–215. <https://doi.org/10.1108/CG-02-2019-0060>
- Bachoo, K., Tan, R., & Wilson, M. (2013). Firm Value and the Quality of Sustainability Reporting in Australia: Firm Value and the Quality of Sustainability Reporting. *Australian Accounting Review*, 23(1), 67–87. <https://doi.org/10.1111/j.1835-2561.2012.00187.x>
- Baier, P., Berninger, M., & Kiesel, F. (2018). Environmental, Social and Governance Reporting in Annual Reports: A Textual Analysis. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3206751>

- Baik, B., Brockman, P. A., Farber, D. B., & Lee, S. (Sunghan). (2018). Managerial Ability and the Quality of Firms' Information Environment. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 33(4), 506–527. <https://doi.org/10.1177/0148558X17742820>
- Baker, M., & Schaltegger, S. (2015). Pragmatism and new directions in social and environmental accountability research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 28(2), 263–294. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2012-01079>
- Ball, A., & Craig, R. (2010). Using neo-institutionalism to advance social and environmental accounting. *Critical Perspectives on Accounting*, 21(4), 283–293. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2009.11.006>
- Ball, A., Owen, D. L., & Gray, R. (2000). External transparency or internal capture? The role of third-party statements in adding value to corporate environmental reports1. *Business Strategy and the Environment*, 9(1), 1–23. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0836\(200001/02\)9:1<1::AID-BSE227>3.0.CO;2-H](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0836(200001/02)9:1<1::AID-BSE227>3.0.CO;2-H)
- Ballou, B., Heitger, D. L., Landes, C. E., & Adams, M. (2006). The future of corporate sustainability reporting. *Journal of Accountancy*, 202(6), 65–67, 70–74.
- Bansal, P., & Clelland, I. (2004). TALKING TRASH: LEGITIMACY, IMPRESSION MANAGEMENT, AND UNSYSTEMATIC RISK IN THE CONTEXT OF THE NATURAL ENVIRONMENT. *Academy of Management Journal*, 47(1), 93–103. <https://doi.org/10.2307/20159562>
- Bansal, Pratima. (2005). Evolving sustainably: A longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic Management Journal*, 26(3), 197–218. <https://doi.org/10.1002/smj.441>
- Baraibar-Diez, E., & Luna Sotorrío, L. (2018). The mediating effect of transparency in the relationship between corporate social responsibility and corporate reputation. *Review of Business Management*, 20(1), 5–21. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v20i1.3600>
- Barako, D. G., & Brown, A. M. (2008). Corporate social reporting and board representation: Evidence from the Kenyan banking sector. *Journal of Management & Governance*, 12(4), 309–324. <https://doi.org/10.1007/s10997-008-9053-x>

- Barkemeyer, R., Comyns, B., Figge, F., & Napolitano, G. (2014). CEO statements in sustainability reports: Substantive information or background noise? *Accounting Forum*, 38(4), 241–257. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2014.07.002>
- Barnea, A., & Rubin, A. (2010). Corporate Social Responsibility as a Conflict Between Shareholders. *Journal of Business Ethics*, 97(1), 71–86. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0496-z>
- Baud, C., & Chiapello, E. (2015). Comment les firmes se financiarisent: Le rôle de la réglementation et des instruments de gestion.: Le cas du crédit bancaire. *Revue française de sociologie*, 56(3), 439. <https://doi.org/10.3917/rfs.563.0439>
- Baudot, L., Johnson, J. A., Roberts, A., & Roberts, R. W. (2019). Is Corporate Tax Aggressiveness a Reputation Threat? Corporate Accountability, Corporate Social Responsibility, and Corporate Tax Behavior. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04227-3>
- Baudrillard, J. (1995). *Simulacra and Simulation* (S. Glaser, Trans.). University of Michigan Press. <https://doi.org/10.3998/mpub.9904>
- Bear, S., Rahman, N., & Post, C. (2010). The Impact of Board Diversity and Gender Composition on Corporate Social Responsibility and Firm Reputation. *Journal of Business Ethics*, 97(2), 207–221. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0505-2>
- Beattie, V., & Jones, M. (2008). Corporate reporting using graphs: A review and synthesis. *Journal of Accounting Literature*, 27, 71–110.
- Beattie, V., & Jones, M. J. (1992). The Use and Abuse of Graphs in Annual Reports: Theoretical Framework and Empirical Study. *Accounting and Business Research*, 22(88), 291–303. <https://doi.org/10.1080/00014788.1992.9729446>
- Beattie, V., & Jones, M. J. (2000). Impression management: The case of inter-country financial graphs. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 9(2), 159–183. [https://doi.org/10.1016/S1061-9518\(00\)00030-6](https://doi.org/10.1016/S1061-9518(00)00030-6)
- Bebbington, J., & Larrinaga, C. (2014). Accounting and sustainable development: An exploration. *Accounting, Organizations and Society*, 39(6), 395–413. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2014.01.003>

- Bebbington, J., & Unerman, J. (2018). Achieving the United Nations Sustainable Development Goals: An enabling role for accounting research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-05-2017-2929>
- Bebbington, J., Unerman, J., & O'Dwyer, B. (Eds.). (2014). *Sustainability accounting and accountability* (Second Edition). Routledge.
- Beck, A. C., Campbell, D., & Shrives, P. J. (2010). Content analysis in environmental reporting research: Enrichment and rehearsal of the method in a British–German context. *The British Accounting Review*, 42(3), 207–222. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2010.05.002>
- Beltratti, A. (2005). The Complementarity between Corporate Governance and Corporate Social Responsibility. *The Geneva Papers on Risk and Insurance - Issues and Practice*, 30(3), 373–386. <https://doi.org/10.1057/palgrave.gpp.2510035>
- Benlemhi, M., Ge, J., & Zhao, S. (2018). *Valuation Shocks and Non-Financial Reporting: Evidence from Voluntary CSR Releases*. European Accounting Association.
- Beretta, V., Demartini, C., & Trucco, S. (2019). Does environmental, social and governance performance influence intellectual capital disclosure tone in integrated reporting? *Journal of Intellectual Capital*, 20(1), 100–124. <https://doi.org/10.1108/JIC-02-2018-0049>
- Berle, A. A., & Means, G. C. (1991). *The modern corporation and private property*. Transaction Publishers.
- Berliner, D., & Prakash, A. (2014). The United Nations Global Compact: An Institutional Perspective. *Journal of Business Ethics*, 122(2), 217–223. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2217-5>
- Berrone, P., Fosfuri, A., & Gelabert, L. (2015). Does Greenwashing Pay Off? Understanding the Relationship Between Environmental Actions and Environmental Legitimacy. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2816-9>
- Berthelot, S., Cormier, D., & Magnan, M. (2003a). Environmental Disclosure Research: Review and Synthesis. *Journal of Accounting Literature*, 22, 1–44.

- Berthelot, S., Cormier, D., & Magnan, M. (2003b). Les provisions environnementales et la gestion stratégique des résultats: Une étude canadienne. *Comptabilité - Contrôle - Audit*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.3917/cca.092.0109>
- Berthelot, S., Coulmont, M., & Serret, V. (2012). Do Investors Value Sustainability Reports? A Canadian Study: Do Investors Value Sustainability Reports? A Canadian Study. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(6), 355–363. <https://doi.org/10.1002/csr.285>
- Berthelot, S., Coulmont, M., & Thibault, K. (2013). Sustainability Content on Oil and Gas Company Websites. *Business and Management Research*, 2(1), p94. <https://doi.org/10.5430/bmr.v2n1p94>
- Beuselinck, C., Blanco, B., Dhole, S., & Lobo, G. (2018a). *Financial Statement Readability and Tax Aggressiveness*. European Accounting Association.
- Beuselinck, C., Blanco, B., Dhole, S., & Lobo, G. J. (2018b). Financial Statement Readability and Tax Aggressiveness. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3261115>
- Beverungen, A., Dunne, S., & Hoedemaekers, C. (2013). The financialisation of business ethics. *Business Ethics: A European Review*, 22(1), 102–117. <https://doi.org/10.1111/beer.12011>
- Bewley, K., & Li, Y. (2000). Disclosure of environmental information by Canadian manufacturing companies: A voluntary disclosure perspective. In *Advances in Environmental Accounting & Management* (Vol. 1, pp. 201–226). Emerald (MCB UP). [https://doi.org/10.1016/S1479-3598\(00\)01011-6](https://doi.org/10.1016/S1479-3598(00)01011-6)
- Blanc, R., Cho, C. H., Sopt, J., & Branco, M. C. (2019). Disclosure Responses to a Corruption Scandal: The Case of Siemens AG. *Journal of Business Ethics*, 156(2), 545–561. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3602-7>
- Bloomfield, R. (2008). Discussion of “Annual report readability, current earnings, and earnings persistence.” *Journal of Accounting and Economics*, 45(2–3), 248–252. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2008.04.002>
- Blouin, M. C. (2012). Does other information improve the usefulness of management earnings forecasts for analysts? *Review of Accounting and Finance*, 11(1), 93–112. <https://doi.org/10.1108/14757701211201849>

- Boesso, G., & Kumar, K. (2007). Drivers of corporate voluntary disclosure: A framework and empirical evidence from Italy and the United States. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 20(2), 269–296. <https://doi.org/10.1108/09513570710741028>
- Boiral, O. (2013). Sustainability reports as simulacra? A counter-account of A and A+ GRI reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 26(7), 1036–1071. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-04-2012-00998>
- Boiral, O. (2016). Accounting for the Unaccountable: Biodiversity Reporting and Impression Management. *Journal of Business Ethics*, 135(4), 751–768. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2497-9>
- Boiral, O., & Gendron, Y. (2011). Sustainable Development and Certification Practices: Lessons Learned and Prospects. *Business Strategy and the Environment*, 20(5), 331–347. <https://doi.org/10.1002/bse.701>
- Boiral, O., & Henri, J.-F. (2017). Is Sustainability Performance Comparable? A Study of GRI Reports of Mining Organizations. *Business & Society*, 56(2), 283–317. <https://doi.org/10.1177/0007650315576134>
- Boiral, O., & Heras-Saizarbitoria, I. (2020). Sustainability reporting assurance: Creating stakeholder accountability through hyperreality? *Journal of Cleaner Production*, 243, 118596. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118596>
- Boiral, O., Heras-Saizarbitoria, I., & Brotherton, M.-C. (2019). Assessing and Improving the Quality of Sustainability Reports: The Auditors' Perspective. *Journal of Business Ethics*, 155(3), 703–721. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3516-4>
- Boiral, O., Heras-Saizarbitoria, I., Brotherton, M.-C., & Bernard, J. (2018). Ethical Issues in the Assurance of Sustainability Reports: Perspectives from Assurance Providers. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3840-3>
- Bollas-Araya, H. M., Polo-Garrido, F., & Seguí-Mas, E. (2019). Determinants of CSR Reporting and Assurance: An Analysis of Top Cooperative and Mutual Organisations. *Australian Accounting Review*, 29(4), 692–707. <https://doi.org/10.1111/auar.12244>
- Bondi, M., & Yu, D. (2019). Textual Voices in Corporate Reporting: A Cross-Cultural Analysis of Chinese, Italian, and American CSR Reports. *International Journal*

of *Business Communication*, 56(2), 173–197.
<https://doi.org/10.1177/2329488418784690>

- Borgstedt, P., Nienaber, A.-M., Liesenkötter, B., & Schewe, G. (2019). Legitimacy Strategies in Corporate Environmental Reporting: A Longitudinal Analysis of German DAX Companies' Disclosed Objectives. *Journal of Business Ethics*, 158(1), 177–200. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3708-y>
- Bourque, G. L. (2014). La financiarisation de l'économie nuit-elle aux entreprises ? *L'Économie politique*, 62(2), 29. <https://doi.org/10.3917/leco.062.0029>
- Bouten, L., & Everaert, P. (2015). Social and environmental reporting in Belgium: 'Pour vivre heureux, vivons cachés.' *Critical Perspectives on Accounting*, 33, 24–43. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2014.10.002>
- Bradbury, M. E., Hsiao, P.-C. K., & Scott, T. (2018). Summary annual reports: Length, readability and content. *Accounting & Finance*. <https://doi.org/10.1111/acfi.12370>
- Brammer, S., & Pavelin, S. (2004). Voluntary social disclosures by large UK companies. *Business Ethics: A European Review*, 13(2–3), 86–99. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2004.00356.x>
- Brammer, S., & Pavelin, S. (2008). Factors influencing the quality of corporate environmental disclosure. *Business Strategy and the Environment*, 17(2), 120–136. <https://doi.org/10.1002/bse.506>
- Brennan, N. M., Guillamon-Saorin, E., & Pierce, A. (2009). Methodological Insights: Impression management: Developing and illustrating a scheme of analysis for narrative disclosures – a methodological note. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 22(5), 789–832. <https://doi.org/10.1108/09513570910966379>
- Brown, J. A., Clark, C., & Buono, A. F. (2018). The United Nations Global Compact: Engaging Implicit and Explicit CSR for Global Governance. *Journal of Business Ethics*, 147(4), 721–734. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3382-5>
- Brown, J., & Dillard, J. (2014). Integrated reporting: On the need for broadening out and opening up. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 27(7), 1120–1156. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-04-2013-1313>

- Brown, N., & Deegan, C. (1998). The public disclosure of environmental performance information—A dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. *Accounting and Business Research*, 29(1), 21–41. <https://doi.org/10.1080/00014788.1998.9729564>
- BSR, & Futerra. (2009). *Understanding and Preventing Greenwash: A Business Guide* (p. 41).
- Buchholz, F., Lopatta, K., & Maas, K. (2019). The Deliberate Engagement of Narcissistic CEOs in Earnings Management. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04176-x>
- Buhr, N. (1998). Environmental performance, legislation and annual report disclosure: The case of acid rain and Falconbridge. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 11(2), 163–190. <https://doi.org/10.1108/09513579810215455>
- Buhr, N., & Freedman, M. (2001). Culture, Institutional Factors and Differences in Environmental Disclosure Between Canada and the United States. *Critical Perspectives on Accounting*, 12(3), 293–322. <https://doi.org/10.1006/cpac.2000.0435>
- Bushee, B. J. (2001). Do Institutional Investors Prefer Near-Term Earnings over Long-Run Value? *Contemporary Accounting Research*, 18(2), 207–246. <https://doi.org/10.1506/J4GU-BHWH-8HME-LE0X>
- Cahan, S. F., De Villiers, C., Jeter, D. C., Naiker, V., & Van Staden, C. J. (2016). Are CSR Disclosures Value Relevant? Cross-Country Evidence. *European Accounting Review*, 25(3), 579–611. <https://doi.org/10.1080/09638180.2015.1064009>
- Callao, S., Jarne, J. I., & Laínez, J. A. (2007). Adoption of IFRS in Spain: Effect on the comparability and relevance of financial reporting. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 16(2), 148–178. <https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2007.06.002>
- Calveras, A., & Ganuza, J.-J. (2016). The Role of Public Information in Corporate Social Responsibility: Public Information in Corporate Social Responsibility. *Journal of Economics & Management Strategy*, 25(4), 990–1017. <https://doi.org/10.1111/jems.12156>
- Capalbo, F., Frino, A., Lim, M. Y., Mollica, V., & Palumbo, R. (2018). The Impact of CEO Narcissism on Earnings Management: The Impact of CEO Narcissism on

- Earnings Management. *Abacus*, 54(2), 210–226.
<https://doi.org/10.1111/abac.12116>
- Carlos, W. C., & Lewis, B. W. (2018). Strategic Silence: Withholding Certification Status as a Hypocrisy Avoidance Tactic. *Administrative Science Quarterly*, 63(1), 130–169. <https://doi.org/10.1177/0001839217695089>
- Carnevale, C., & Mazzuca, M. (2014). Sustainability report and bank valuation: Evidence from European stock markets. *Business Ethics: A European Review*, 23(1), 69–90. <https://doi.org/10.1111/beer.12038>
- Carnevale, C., Mazzuca, M., & Venturini, S. (2012). Corporate Social Reporting in European Banks: The Effects on a Firm's Market Value: The Effects of Social Reporting. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(3), 159–177. <https://doi.org/10.1002/csr.262>
- Caron, M., & Turcotte, M. B. (2009). Path dependence and path creation: Framing the extra-financial information market for a sustainable trajectory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 22(2), 272–297. <https://doi.org/10.1108/09513570910933979>
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505. <https://doi.org/10.5465/AMR.1979.4498296>
- CDP Worldwide. (2017). *CDP Canada Report 2017*.
- CDP Worldwide. (2018). *Carbon Disclosure Project*. CDP. <https://www.cdp.net/en/info/about-us>
- Cetindamar, D. (2007). Corporate Social Responsibility Practices and Environmentally Responsible Behavior: The Case of The United Nations Global Compact. *Journal of Business Ethics*, 76(2), 163–176. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9265-4>
- Chan, M. C., Watson, J., & Woodliff, D. (2014). Corporate Governance Quality and CSR Disclosures. *Journal of Business Ethics*, 125(1), 59–73. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1887-8>
- Channuntapipat, C., Samsonova-Taddei, A., & Turley, S. (2019). Exploring diversity in sustainability assurance practice: Evidence from assurance providers in the

- UK. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(2), 556–580. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-05-2017-2940>
- Chatterjee, A., & Hambrick, D. C. (2007). It's All about Me: Narcissistic Chief Executive Officers and Their Effects on Company Strategy and Performance. *Administrative Science Quarterly*, 52(3), 351–386. <https://doi.org/10.2189/asqu.52.3.351>
- Chatterjee, A., & Hambrick, D. C. (2011). Executive Personality, Capability Cues, and Risk Taking: How Narcissistic CEOs React to Their Successes and Stumbles. *Administrative Science Quarterly*, 56(2), 202–237. <https://doi.org/10.1177/0001839211427534>
- Chau, G., & Gray, S. J. (2010). Family ownership, board independence and voluntary disclosure: Evidence from Hong Kong. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 19(2), 93–109. <https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2010.07.002>
- Chauvey, J.-N., Giordano-Spring, S., Cho, C. H., & Patten, D. M. (2015). The Normativity and Legitimacy of CSR Disclosure: Evidence from France. *Journal of Business Ethics*, 130(4), 789–803. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2114-y>
- Chelli, M., Durocher, S., & Fortin, A. (2019). Substantive and symbolic strategies sustaining the environmentally friendly ideology: A media-sensitive analysis of the discourse of a leading French utility. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(4), 1013–1042. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-02-2018-3343>
- Chelli, M., & Gendron, Y. (2015). L'expertise en évaluation socio-environnementale des entreprises: Légitimation et mises à l'épreuve. *Comptabilité - Contrôle - Audit*, 21(2), 63. <https://doi.org/10.3917/cca.212.0063>
- Chen, S. (2010). The Role of Ethical Leadership Versus Institutional Constraints: A Simulation Study of Financial Misreporting by CEOs. *Journal of Business Ethics*, 93(S1), 33–52. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0625-8>
- Chen, S., & Bouvain, P. (2009). Is Corporate Responsibility Converging? A Comparison of Corporate Responsibility Reporting in the USA, UK, Australia, and Germany. *Journal of Business Ethics*, 87(S1), 299–317. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9794-0>

- Cheng, E. C. M., & Courtenay, S. M. (2006). Board composition, regulatory regime and voluntary disclosure. *The International Journal of Accounting*, 41(3), 262–289. <https://doi.org/10.1016/j.intacc.2006.07.001>
- Cho, C. H. (2009). Legitimation Strategies Used in Response to Environmental Disaster: A French Case Study of Total SA's *Erika* and AZF Incidents. *European Accounting Review*, 18(1), 33–62. <https://doi.org/10.1080/09638180802579616>
- Cho, C. H., Freedman, M., & Patten, D. M. (2012). Corporate disclosure of environmental capital expenditures: A test of alternative theories. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 25(3), 486–507. <https://doi.org/10.1108/09513571211209617>
- Cho, C. H., Laine, M., Roberts, R. W., & Rodrigue, M. (2015). Organized hypocrisy, organizational façades, and sustainability reporting. *Accounting, Organizations and Society*, 40, 78–94. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2014.12.003>
- Cho, C. H., Michelon, G., & Patten, D. M. (2012). Enhancement and obfuscation through the use of graphs in sustainability reports: An international comparison. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 3(1), 74–88. <https://doi.org/10.1108/20408021211223561>
- Cho, C. H., Michelon, G., Patten, D. M., & Roberts, R. W. (2015). CSR disclosure: The more things change...? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 28(1), 14–35. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-12-2013-1549>
- Cho, C. H., Roberts, R. W., & Patten, D. M. (2010). The language of US corporate environmental disclosure. *Accounting, Organizations and Society*, 35(4), 431–443. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2009.10.002>
- Cho, C., Michelon, G., M. Patten, D., & W. Roberts, R. (2014). CSR report assurance in the USA: An empirical investigation of determinants and effects. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 5(2), 130–148. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-01-2014-0003>
- Chong, S., Narayan, A. K., & Ali, I. (2019). Photographs depicting CSR: Captured reality or creative illusion? *Pacific Accounting Review*, PAR-10-2017-0086. <https://doi.org/10.1108/PAR-10-2017-0086>

- Christensen, D. M. (2016). Corporate Accountability Reporting and High-Profile Misconduct. *The Accounting Review*, 91(2), 377–399. <https://doi.org/10.2308/accr-51200>
- Christensen, J., & Murphy, R. (2004). The Social Irresponsibility of Corporate Tax Avoidance: Taking CSR to the bottom line. *Development*, 47(3), 37–44. <https://doi.org/10.1057/palgrave.development.1100066>
- Chung, J., & Cho, C. H. (2018). Current Trends within Social and Environmental Accounting Research: A Literature Review: CURRENT TRENDS WITHIN SOCIAL AND ENVIRONMENTAL ACCOUNTING RESEARCH. *Accounting Perspectives*, 17(2), 207–239. <https://doi.org/10.1111/1911-3838.12171>
- Ciprian Dumitru, S. (2012). Corporate Social Responsibility Versus Tax Avoidance Practices. *Annals of Faculty of Economics*, 1081–1086.
- Cision Inc. (2019). *Eureka*. <https://nouveau-eureka-cc.ezproxy.usherbrooke.ca/WebPages/Sources/SourceSearch.aspx>
- Clarkson, P., Li, Y., Richardson, G., & Tsang, A. (2019). Causes and consequences of voluntary assurance of CSR reports: International evidence involving Dow Jones Sustainability Index Inclusion and Firm Valuation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(8), 2451–2474. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-03-2018-3424>
- Clarkson, P. M., Fang, X., Li, Y., & Richardson, G. (2013). The relevance of environmental disclosures: Are such disclosures incrementally informative? *Journal of Accounting and Public Policy*, 32(5), 410–431. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2013.06.008>
- Clarkson, P. M., Li, Y., Richardson, G. D., & Vasvari, F. P. (2008). Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis. *Accounting, Organizations and Society*, 33(4–5), 303–327. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2007.05.003>
- Col, B., & Patel, S. (2019). Going to Haven? Corporate Social Responsibility and Tax Avoidance. *Journal of Business Ethics*, 154(4), 1033–1050. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3393-2>

- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling Theory: A Review and Assessment. *Journal of Management*, 37(1), 39–67. <https://doi.org/10.1177/0149206310388419>
- Corder, G. W., & Foreman, D. I. (2014). *Nonparametric statistics: A step-by-step approach* (Second edition). Wiley.
- Cormier, D., & Gomez-Gutierrez, L. (2018). On the search for mimetic patterns in environmental disclosure: An international perspective. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 25(7), 655–671. <https://doi.org/10.1080/13504509.2018.1439849>
- Cormier, Denis, & Gordon, I. M. (2001). An examination of social and environmental reporting strategies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 14(5), 587–617. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000006264>
- Cormier, Denis, Gordon, I. M., & Magnan, M. (2004). Corporate Environmental Disclosure: Contrasting Management's Perceptions with Reality. *Journal of Business Ethics*, 49(2), 143–165. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000015844.86206.b9>
- Cormier, Denis, Lapointe-Antunes, P., & Magnan, M. (2016). CEO power and CEO hubris: A prelude to financial misreporting? *Management Decision*, 54(2), 522–554. <https://doi.org/10.1108/MD-04-2015-0122>
- Cormier, Denis, Ledoux, M., Magnan, M., & Aerts, W. (2010). Corporate governance and information asymmetry between managers and investors. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 10(5), 574–589. <https://doi.org/10.1108/14720701011085553>
- Cormier, Denis, Ledoux, M.-J., & Magnan, M. (2009). The Informational Contribution of Social and Environmental Disclosures for Investors. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1327044>
- Cormier, Denis, & Magnan, M. (2003). Environmental reporting management: A continental European perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, 22(1), 43–62. [https://doi.org/10.1016/S0278-4254\(02\)00085-6](https://doi.org/10.1016/S0278-4254(02)00085-6)
- Cormier, Denis, & Magnan, M. (2007). The revisited contribution of environmental reporting to investors' valuation of a firm's earnings: An international perspective. *Ecological Economics*, 62(3–4), 613–626. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2006.07.030>

- Cormier, Denis, & Magnan, M. (2014a). Does a Firm's Exposure to Ethical Issues Matter to Financial Markets? A Governance Perspective. *Groupe de Recherche En Droit, Économie, Gestion*.
- Cormier, Denis, & Magnan, M. (2014b). The impact of social responsibility disclosure and governance on financial analysts' information environment. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 14(4), 467–484. <https://doi.org/10.1108/CG-01-2013-0012>
- Cormier, Denis, Magnan, M., & Van Velthoven, B. (2005). Environmental disclosure quality in large German companies: Economic incentives, public pressures or institutional conditions? *European Accounting Review*, 14(1), 3–39. <https://doi.org/10.1080/0963818042000339617>
- Cortesi, A., & Vena, L. (2019). Disclosure quality under Integrated Reporting: A value relevance approach. *Journal of Cleaner Production*, 220, 745–755. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.02.155>
- Coulmont, M., & Berthelot, S. (2015). The financial benefits of a firm's affiliation with the UN Global Compact. *Business Ethics: A European Review*, 24(2), 144–157. <https://doi.org/10.1111/beer.12087>
- Courrent, J.-M., & Capron, M. (2014). *RSE et développement durable en PME: Comprendre pour agir*. De Boeck Supérieur.
- Courtis, J. K. (1998). Annual report readability variability: Tests of the obfuscation hypothesis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 11(4), 459–472. <https://doi.org/10.1108/09513579810231457>
- Cowan, S., & Deegan, C. (2011). Corporate disclosure reactions to Australia's first national emission reporting scheme. *Accounting & Finance*, 51(2), 409–436. <https://doi.org/10.1111/j.1467-629X.2010.00361.x>
- Cowan, S., & Gadenne, D. (2005). Australian corporate environmental reporting: A comparative analysis of disclosure practices across voluntary and mandatory disclosure systems. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 1(2), 165–179. <https://doi.org/10.1108/18325910510635344>
- Cox, P., Brammer, S., & Millington, A. (2004). An Empirical Examination of Institutional Investor Preferences for Corporate Social Performance. *Journal of Business Ethics*, 52(1), 27–43. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000033105.77051.9d>

CPA Canada. (2013). *Guide d'introduction au rapport sur le développement durable* (p. 81).

CPA Canada. (2014). *Manuel de CPA Canada—Comptabilité Partie II – Normes comptables pour les entreprises à capital fermé—Normes comptables—Postes particuliers—CHAPITRE 3110 obligations liées à la mise hors service d'immobilisations*.

CPA Canada. (2017a). *État des lieux: Étude sur la communication des informations relatives aux changements climatiques par les sociétés ouvertes canadiennes*.

CPA Canada. (2017b, June 7). *Five ways to make your sustainability reporting stand out*. CPA Canada. <https://www.cpacanada.ca/en/connecting-and-news/blogs/in-the-news/make-your-sustainability-reporting-stand-out>

CPA Canada. (2018a). *Awards of Excellence in Corporate Reporting—Bringing corporate reporting to life—Judges' Book 2017* (p. 76).

CPA Canada. (2018b). *Cadre de communication des mesures de la performance Lignes directrices d'application volontaire destinées à accroître la pertinence de l'information financière Première édition, décembre, 2018*.

CPA Canada. (2020). *CPA Canada Voir Demain- Réimaginer la profession de l'observation à l'action* (p. 41).

Craig, R., & Amernic, J. (2011a). Detecting Linguistic Traces of Destructive Narcissism At-a-Distance in a CEO's Letter to Shareholders. *Journal of Business Ethics*, 101(4), 563–575. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0738-8>

Craig, R., & Amernic, J. (2011b). Detecting Linguistic Traces of Destructive Narcissism At-a-Distance in a CEO's Letter to Shareholders. *Journal of Business Ethics*, 101(4), 563–575. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0738-8>

Crifo, P., Escrig-Olmedo, E., & Mottis, N. (2019). Corporate Governance as a Key Driver of Corporate Sustainability in France: The Role of Board Members and Investor Relations. *Journal of Business Ethics*, 159(4), 1127–1146. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3866-6>

Cui, J., Jo, H., & Na, H. (2018). Does Corporate Social Responsibility Affect Information Asymmetry? *Journal of Business Ethics*, 148(3), 549–572. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-3003-8>

- Curley, C. B., & Noormohamed, N. A. (2014). Social Media Marketing Effects On Corporate Social Responsibility. *Journal of Business & Economics Research (Online)*, 12(1), 61-n/a. ABI/INFORM Collection; ProQuest Central.
- Dag Hammarskjöld Centre. (1975). *What now? The 1975 Dag Hammarskjöld Report*. 7th Special Session of the United Nations General Assembly. <http://www.daghammarskjold.se/publication/now-1975-dag-hammar-skjold-report/>
- Daily, C. M., Dalton, D. R., & Cannella, A. A. (2003). Corporate Governance: Decades of Dialogue and Data. *Academy of Management Review*, 28(3), 371–382. <https://doi.org/10.5465/amr.2003.10196703>
- Dale, E., & Chall, J. S. (1949). The Concept of Readability. *Elementary English*, 26(1), 19–26.
- Damak-Ayadi, S. (2010). Le reporting social et environnemental suite à l'application de la loi NRE en France. *Comptabilité - Contrôle - Audit*, 16(1), 53. <https://doi.org/10.3917/cca.161.0053>
- Dando, N., & Swift, T. (2003). Transparency and Assurance Minding the Credibility Gap. *Journal of Business*, 44(2–3), 195–200.
- Davis, L. E. (2017). FINANCIALIZATION AND INVESTMENT: A SURVEY OF THE EMPIRICAL LITERATURE: FINANCIALIZATION AND INVESTMENT. *Journal of Economic Surveys*, 31(5), 1332–1358. <https://doi.org/10.1111/joes.12242>
- Davison, J., & Warren, S. (2009). Imag[in]ing accounting and accountability. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 22(6), 845–857. <https://doi.org/10.1108/09513570910980436>
- Dawkins, C., & Fraas, J. W. (2011). Coming Clean: The Impact of Environmental Performance and Visibility on Corporate Climate Change Disclosure. *Journal of Business Ethics*, 100(2), 303–322. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0681-0>
- De Beelde, I., & Tuybens, S. (2015a). Enhancing the Credibility of Reporting on Corporate Social Responsibility in Europe. *Business Strategy and the Environment*, 24(3), 190. ABI/INFORM Collection; ProQuest Central.

- De Beelde, I., & Tuybens, S. (2015b). Enhancing the Credibility of Reporting on Corporate Social Responsibility in Europe: Enhancing the Credibility of Reporting on CSR. *Business Strategy and the Environment*, 24(3), 190–216. <https://doi.org/10.1002/bse.1814>
- De Klerk, M., de Villiers, C., & van Staden, C. (2015). The influence of corporate social responsibility disclosure on share prices. *Pacific Accounting Review*, 27(2), 208. ProQuest Central.
- De la Cuesta-González, M., & Pardo, E. (2019). Corporate tax disclosure on a CSR basis: A new reporting framework in the post-BEPS era. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(7), 2167–2192. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-12-2017-3282>
- de Villiers, C., & Alexander, D. (2014). The institutionalisation of corporate social responsibility reporting. *The British Accounting Review*, 46(2), 198. ABI/INFORM Collection; ProQuest Central.
- de Villiers, C., & Marques, A. (2016). Corporate social responsibility, country-level predispositions, and the consequences of choosing a level of disclosure. *Accounting and Business Research*, 46(2), 167–195. <https://doi.org/10.1080/00014788.2015.1039476>
- de Villiers, C., Rinaldi, L., & Unerman, J. (2014). Integrated Reporting: Insights, gaps and an agenda for future research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 27(7), 1042–1067. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-06-2014-1736>
- de Villiers, C., & van Staden, C. J. (2006). Can less environmental disclosure have a legitimising effect? Evidence from Africa. *Accounting, Organizations and Society*, 31(8), 763–781. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2006.03.001>
- de Villiers, C., Venter, E. R., & Hsiao, P.-C. K. (2017). Integrated reporting: Background, measurement issues, approaches and an agenda for future research. *Accounting & Finance*, 57(4), 937–959. <https://doi.org/10.1111/acfi.12246>
- Debord, G. (1992). *Société du spectacle*. J.-M. Tremblay. <https://doi.org/10.1522/cla.deg.soc>
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282–311. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>

- Deegan, C., & Rankin, M. (1996). Do Australian companies report environmental news objectively?: An analysis of environmental disclosures by firms prosecuted successfully by the Environmental Protection Authority. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(2), 50–67. <https://doi.org/10.1108/09513579610116358>
- Deegan, C., Rankin, M., & Tobin, J. (2002). An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 312–343. <https://doi.org/10.1108/09513570210435861>
- Deegan, C., & Unerman, J. (2011). *Financial accounting theory* (2. europ. ed). McGraw-Hill.
- del Mar Alonso-Almeida, M., Llach, J., & Marimon, F. (2014). A Closer Look at the ‘Global Reporting Initiative’ Sustainability Reporting as a Tool to Implement Environmental and Social Policies: A Worldwide Sector Analysis: Closer Look at Global Reporting Initiative Diffusion. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 21(6), 318–335. <https://doi.org/10.1002/csr.1318>
- Del Mar Miras, M., & Di Pietra, R. (2017). *Corporate Governance mechanisms as drivers that enhance credibility and usefulness of CSR disclosure*. European Accounting Association, Valencia, Spain.
- Demir, M., & Min, M. (2019). Consistencies and discrepancies in corporate social responsibility reporting in the pharmaceutical industry. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 10(2), 333–364. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-03-2018-0094>
- Depoers, F., Jeanjean, T., & Jérôme, T. (2016). Voluntary Disclosure of Greenhouse Gas Emissions: Contrasting the Carbon Disclosure Project and Corporate Reports. *Journal of Business Ethics*, 134(3), 445–461. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2432-0>
- Devin, B. (2016). Half-truths and dirty secrets: Omissions in CSR communication. *Public Relations Review*, 42(1), 226–228. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.09.004>
- Dhaliwal, D. S., Li, O. Z., Tsang, A., & Yang, Y. G. (2011). Voluntary Nonfinancial Disclosure and the Cost of Equity Capital: The Initiation of Corporate Social Responsibility Reporting. *The Accounting Review*, 86(1), 59–100. <https://doi.org/10.2308/accr.000000005>

- Dienes, D., Sassen, R., & Fischer, J. (2016). What are the drivers of sustainability reporting? A systematic review. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 7(2), 154–189. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-08-2014-0050>
- Dillard, J. F., Rigsby, J. T., & Goodman, C. (2004). The making and remaking of organization context: Duality and the institutionalization process. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 17(4), 506–542. <https://doi.org/10.1108/09513570410554542>
- Dilling, P. F. A. (2010). Sustainability Reporting In A Global Context: What Are The Characteristics Of Corporations That Provide High Quality Sustainability Reports An Empirical Analysis. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 9(1). <https://doi.org/10.19030/iber.v9i1.505>
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. In *Advances in Strategic Management* (Vol. 17, pp. 143–166). Emerald (MCB UP). [https://doi.org/10.1016/S0742-3322\(00\)17011-1](https://doi.org/10.1016/S0742-3322(00)17011-1)
- Diouf, D., & Boiral, O. (2017). The quality of sustainability reports and impression management: A stakeholder perspective. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 30(3), 643–667. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-04-2015-2044>
- Diplomatie.gouv.fr. (2017). *La législation française en matière de reporting extra-financier*. <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-economique-et-commerce-exterieur/peser-sur-le-cadre-de-regulation-europeen-et-international-dans-le-sens-de-nos/l-engagement-de-la-france-pour-la-responsabilite-sociale-des-entreprises/la-politique-nationale-de-rse-en-france/article/la-legislation-francaise-en-matiere-de-reporting-extra-financier>
- Dobbs, S., & van Staden, C. (2016). Motivations for corporate social and environmental reporting: New Zealand evidence. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 7(3), 449–472. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-08-2015-0070>
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). THE STAKEHOLDER THEORY OF THE CORPORATION: CONCEPTS, EVIDENCE, AND IMPLICATIONS. *Academy of Management Review*, 20(1), 65–91. <https://doi.org/10.5465/AMR.1995.9503271992>

- Donnelly, R., & Mulcahy, M. (2008). Board Structure, Ownership, and Voluntary Disclosure in Ireland. *Corporate Governance: An International Review*, 16(5), 416–429. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2008.00692.x>
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior. *The Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136. <https://doi.org/10.2307/1388226>
- Drew, M. E. (2009). The Puzzle of Financial Reporting and Corporate Short-Termism: A Universal Ownership Perspective. *Australian Accounting Review*, 19(4), 295–302. <https://doi.org/10.1111/j.1835-2561.2009.00065.x>
- Driver, C., & Guedes, M. J. C. (2017). R&D and CEO departure date: Do financial incentives make CEOs more opportunistic? *Industrial and Corporate Change*, 26(5), 801–820. <https://doi.org/10.1093/icc/dtx009>
- Du, S., & Vieira, E. T. (2012). Striving for Legitimacy Through Corporate Social Responsibility: Insights from Oil Companies. *Journal of Business Ethics*, 110(4), 413–427. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1490-4>
- du Toit, E. (2017). The readability of integrated reports. *Meditari Accountancy Research*, 25(4), 629–653. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-07-2017-0165>
- Dyduch, J., & Krasodomska, J. (2017). *Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: Empirical Evidence from Poland*. European Accounting Association, Valencia, Spain.
- Dye, R. A. (1985). Disclosure of Nonproprietary Information. *Journal of Accounting Research*, 23(1), 123. <https://doi.org/10.2307/2490910>
- Einwiller, S. A., & Carroll, C. E. (2020). Negative disclosures in corporate social responsibility reporting. *Corporate Communications: An International Journal*, 25(2), 319–337. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-05-2019-0054>
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency Theory: An Assessment and Review. *The Academy of Management Review*, 14(1), 57. <https://doi.org/10.2307/258191>
- Ekatah, I., Samy, M., Bampton, R., & Halabi, A. (2011). The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Profitability: The Case of Royal Dutch Shell Plc. *Corporate Reputation Review*, 14(4), 249–261. ABI/INFORM Collection; ProQuest Central. <https://doi.org/10.1057/crr.2011.22>

- El-Bassiouny, D., & El-Bassiouny, N. (2019). Diversity, corporate governance and CSR reporting: A comparative analysis between top-listed firms in Egypt, Germany and the USA. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 30(1), 116–136. <https://doi.org/10.1108/MEQ-12-2017-0150>
- Elkins, H., & Entwistle, G. (2018). A commentary on accounting standards and the disclosure problem: Exploring a way forward. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 33, 79–89. <https://doi.org/10.1016/j.intaccaudtax.2018.11.003>
- Emmons, R. A. (1984). Factor Analysis and Construct Validity of the Narcissistic Personality Inventory. *Journal of Personality Assessment*, 48(3), 291–300. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4803_11
- Emmons, R. A. (1987). Narcissism: Theory and measurement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), 11–17. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.1.11>
- Endrawes, M., Feng, Z., Lu, M., & Shan, Y. (2018). Audit committee characteristics and financial statement comparability. *Accounting & Finance*. <https://doi.org/10.1111/acfi.12354>
- Entrevue pour la résidence. (2018, November 22). *Entrevue lors de la résidence* [Personal communication].
- Epstein, G. A. (Ed.). (2005). *Financialization and the world economy*. Edward Elgar.
- European Commission. (2011). *Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions—A renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*. European Commission. http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_en
- Everaert, P., Bouten, L., & Baele, A. (2019). CSR website disclosure: The influence of the upper echelons. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(2), 421–455. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-03-2017-2882>
- Fallan, E., & Fallan, L. (2009). Voluntarism versus regulation: Lessons from public disclosure of environmental performance information in Norwegian companies. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 5(4), 472–489. <https://doi.org/10.1108/18325910910994685>

- Falschlunger, L. M., Eisl, C., Losbichler, H., & Greil, A. M. (2015). Impression management in annual reports of the largest European companies: A longitudinal study on graphical representations. *Journal of Applied Accounting Research*, 16(3), 383–399. <https://doi.org/10.1108/JAAR-10-2014-0109>
- Fama, E. F., & Jensen, M. C. (1983). Agency Problems and Residual Claims. *The Journal of Law and Economics*, 26(2), 327–349. <https://doi.org/10.1086/467038>
- Fazzini, M., & Dal Maso, L. (2016). The value relevance of “assured” environmental disclosure: The Italian experience. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 7(2), 225–245. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-10-2014-0060>
- Ferguson, J., Sales de Aguiar, T. R., & Fearfull, A. (2016). Corporate response to climate change: Language, power and symbolic construction. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 29(2), 278–304. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-09-2013-1465>
- Fernandez-Feijoo, B., Romero, S., & Ruiz, S. (2012). Does Board Gender Composition affect Corporate Social Responsibility Reporting? *International Journal of Business and Social Science*, 3(1), 31–38.
- Fernandez-Feijoo, B., Romero, S., & Ruiz, S. (2014a). Effect of Stakeholders’ Pressure on Transparency of Sustainability Reports within the GRI Framework. *Journal of Business Ethics*, 122(1), 53–63. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1748-5>
- Fernandez-Feijoo, B., Romero, S., & Ruiz, S. (2014b). Commitment to Corporate social responsibility measured through global reporting initiative reporting: Factors affecting the behavior of companies. *Journal of Cleaner Production*, 81, 244–254. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.06.034>
- Fernandez-Feijoo, B., Romero, S., & Ruiz, S. (2015). Multilevel Approach to Sustainability Report Assurance Decisions: Sustainability Report Assurance Decisions. *Australian Accounting Review*, 25(4), 346–358. <https://doi.org/10.1111/auar.12104>
- Fisher, R., van Staden, C., & Richards, G. (2019). *Tone and the Accounting Narrative*. Hawai’i Accounting Research Conference (HARC), Hawaii. <https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/handle/10125/59356>
- Flanagan, D. J., Muse, L. A., & O’Shaughnessy, K. C. (2008). An overview of accounting restatement activity in the United States. *International Journal of*

- Commerce and Management*, 18(4), 363–381.
<https://doi.org/10.1108/10569210810921979>
- Flesch, R. (1948). A new readability yardstick. *Journal of Applied Psychology*, 32(3), 221–233. <https://doi.org/10.1037/h0057532>
- Flower, J. (2015). The International Integrated Reporting Council: A story of failure. *Critical Perspectives on Accounting*, 27, 1–17.
<https://doi.org/10.1016/j.cpa.2014.07.002>
- Freeman, R. E. E., & McVea, J. (2001). A Stakeholder Approach to Strategic Management. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.263511>
- Freundlieb, M., Gräuler, M., & Teuteberg, F. (2014). A conceptual framework for the quality evaluation of sustainability reports. *Management Research Review*, 37(1), 19–44. <https://doi.org/10.1108/MRR-04-2012-0087>
- Gao, F., Dong, Y., Ni, C., & Fu, R. (2016). Determinants and Economic Consequences of Non-financial Disclosure Quality. *European Accounting Review*, 25(2), 287–317. <https://doi.org/10.1080/09638180.2015.1013049>
- García-Sánchez, I. M., Gómez-Miranda, M., David, F., & Rodríguez-Ariza, L. (2019). Analyst coverage and forecast accuracy when CSR reports improve stakeholder engagement: The Global Reporting Initiative-International Finance Corporation disclosure strategy. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, csr.1755. <https://doi.org/10.1002/csr.1755>
- García-Sánchez, I.-M., Suárez-Fernández, O., & Martínez-Ferrero, J. (2019). Female directors and impression management in sustainability reporting. *International Business Review*, 28(2), 359–374.
<https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.10.007>
- Garcia-Torea, N., Fernandez-Feijoo, B., & De La Cuesta, M. (2020). CSR reporting communication: Defective reporting models or misapplication? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 952–968.
<https://doi.org/10.1002/csr.1858>
- Gardner, W. L., & Martinko, M. J. (1988). Impression Management in Organizations. *Journal of Management*, 14(2), 321–338.
<https://doi.org/10.1177/014920638801400210>

- Gavard-Perret, M.-L., Gotteland, D., Haon, C., & Jolibert, A. (2012). *Méthodologie de la recherche en sciences de gestion* (2nd ed.). Pearson.
- Gillet, C. (2012). A study of sustainability verification practices: The French case. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 8(1), 62–84. <https://doi.org/10.1108/18325911211205748>
- Gillet-Monjarret, C., & Rivière-Giordano, G. (2017). La vérification sociétale: Une revue de la littérature. *Comptabilité - Contrôle - Audit*, 23(2), 11. <https://doi.org/10.3917/cca.232.0011>
- Global Reporting Initiative. (2015). *G4 Lignes directrices pour le reporting développement durable*.
- Global Reporting Initiative. (2016). *What is sustainability reporting?* <https://www.globalreporting.org/information/sustainability-reporting/Pages/default.aspx>
- Global Reporting Initiative. (2018). *About GRI*. <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/gri-history/Pages/GRI's%20history.aspx>
- Global Sustainability Standards Board. (2016). *GRI Standard 2016*. Global Reporting Initiative.
- Globe and Mail Inc. (2017, November 22). *How we ranked Canada's corporate boards*. The Globe and Mail Inc. <https://www.theglobeandmail.com/report-on-business/careers/management/board-games/board-games-2017-methodology/article37037649/>
- Gomes, S. F., Eugénio, T. C. P., & Branco, M. C. (2015). Sustainability reporting and assurance in Portugal. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 15(3), 281–292. <https://doi.org/10.1108/CG-07-2013-0097>
- Gomez-Gutierrez, L., & Cormier, D. (2018). Barriers to worldwide institutionalization of social and environmental disclosure. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/13504509.2018.1511487>
- Loi n° 2001-420 du 15 mai 2001 relative aux nouvelles régulations économiques, Code de commerce (2001).

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT0000000223114>

National Greenhouse and Energy Reporting Act 2007, Pub. L. No. 175, 2007 (2007).
<https://www.legislation.gov.au/Details/C2017C00054>

Loi Canadienne sur la protection de l'environnement, no. L.C. 1999, chap. 33 (1999).
<http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/c-15.31/>

Gouvernement du Canada. (2002). *Règlement sur la déclaration annuelle (banques, sociétés d'assurances et sociétés de fiducie et de prêt)*. Site Web de La Législation (Justice). <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-2002-133/TexteComplet.html>

Graf-Vlachy, L., Oliver, A. G., Banfield, R., König, A., & Bundy, J. (2020). Media Coverage of Firms: Background, Integration, and Directions for Future Research. *Journal of Management*, 46(1), 36–69.
<https://doi.org/10.1177/0149206319864155>

Graham, J. R., Harvey, C. R., & Rajgopal, S. (2005). The economic implications of corporate financial reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40(1–3), 3–73. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2005.01.002>

Graves, S. B., & Waddock, S. A. (1990). Institutional ownership and control: Implications for long-term corporate strategy. *Executive*, 4(1), 75–83.
<https://doi.org/10.5465/AME.1990.4274714>

Gray, R. (2000). Current Developments and Trends in Social and Environmental Auditing, Reporting and Attestation: A Review and Comment. *International Journal of Auditing*, 4(3), 247–268. <https://doi.org/10.1111/1099-1123.00316>

Gray, R., Javad, M., Power, D. M., & Sinclair, C. D. (2001). Social and Environmental Disclosure and Corporate Characteristics: A Research Note and Extension. *Journal of Business Finance & Accounting*, 28(3–4), 327–356. <https://doi.org/10.1111/1468-5957.00376>

Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47–77.
<https://doi.org/10.1108/09513579510146996>

Gray, R., & Milne, M. (2002, April). *Sustainability Reporting: Who's kidding Whom?*

- Green, S. B. (1991). How many subjects does it take to do a regression analysis? *Multivariate Behavioral Research*, 26(3), 499–510.
- Green, W., & Taylor, S. (2013). Factors that Influence Perceptions of Greenhouse Gas Assurance Provider Quality: Factors that Influence Perceptions of Greenhouse Gas Assurance Provider Quality. *International Journal of Auditing*, 17(3), 288–307. <https://doi.org/10.1111/ijau.12004>
- Green, W., & Zhou, S. (2013). An International Examination of Assurance Practices on Carbon Emissions Disclosures: Carbon Emissions Assurance Trends. *Australian Accounting Review*, 23(1), 54–66. <https://doi.org/10.1111/j.1835-2561.2012.00186.x>
- Griffin, P. A., & Sun, Y. (2013). Strange bedfellows? Voluntary corporate social responsibility disclosure and politics. *Accounting & Finance*, 53(4), 867–903. <https://doi.org/10.1111/acfi.12033>
- Grossman, S. J. (1981). An Introduction to the Theory of Rational Expectations Under Asymmetric Information. *The Review of Economic Studies*, 48(4), 541. <https://doi.org/10.2307/2297195>
- Gunning, R. (1952). *The technique of clear writing* / Robert Gunning. McGraw Hill.
- Gunning, R. (1969). The Fog Index After Twenty Years. *Journal of Business Communication*, 6(2), 3–13. <https://doi.org/10.1177/002194366900600202>
- Gürtürk, A., & Hahn, R. (2016). An empirical assessment of assurance statements in sustainability reports: Smoke screens or enlightening information? *Journal of Cleaner Production*, 136, 30–41. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.09.089>
- Hahn, R., & Lülfs, R. (2014). Legitimizing Negative Aspects in GRI-Oriented Sustainability Reporting: A Qualitative Analysis of Corporate Disclosure Strategies. *Journal of Business Ethics*, 123(3), 401–420. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1801-4>
- Haller, A., van Staden, C. J., & Landis, C. (2018). Value Added as part of Sustainability Reporting: Reporting on Distributional Fairness or Obfuscation? *Journal of Business Ethics*, 152(3), 763–781. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3338-9>
- Haniffa, R. M., & Cooke, T. E. (2005). The impact of culture and governance on corporate social reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24(5), 391–430. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2005.06.001>

- Harjoto, M. A., Laksmana, I., & Lee, W. E. (2020). Female leadership in corporate social responsibility reporting: Effects on writing, readability and future social performance. *Advances in Accounting*, 49, 100475. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2020.100475>
- Hassel, L., Nilsson, H., & Nyquist, S. (2005). The value relevance of environmental performance. *European Accounting Review*, 14(1), 41–61. <https://doi.org/10.1080/0963818042000279722>
- Henriques, A., & Richardson, J. (2004). *The Triple Bottom Line Does It All Add Up*. Routledge.
- Herremans, I. M., Nazari, J. A., & Mahmoudian, F. (2016). Stakeholder Relationships, Engagement, and Sustainability Reporting. *Journal of Business Ethics*, 138(3), 417–435. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2634-0>
- Hess, D. (2014). The Future of Sustainability Reporting as a Regulatory Mechanism. In D. R. Cahoy & J. E. Colburn (Eds.), *Law and the Transition to Business Sustainability* (pp. 125–139). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-04723-2_7
- Hickman, L. E., & Cote, J. (2019). CSR reporting and assurance legitimacy: A client–assuror dyad investigation. *Journal of Applied Accounting Research*, 20(4), 372–393. <https://doi.org/10.1108/JAAR-01-2018-0009>
- Higgins, C., Stubbs, W., & Milne, M. (2018). Is Sustainability Reporting Becoming Institutionalised? The Role of an Issues-Based Field. *Journal of Business Ethics*, 147(2), 309–326. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2931-7>
- Higginson, N., Simmons, C., & Warsame, H. (2006). Environmental disclosure and legitimation in the annual report - Evidence from the joint solutions project. *Journal of Applied Accounting Research*, 8(2), 3–23. <https://doi.org/10.1108/96754260680001048>
- Hiller, N. J., & Hambrick, D. C. (2005). Conceptualizing executive hubris: The role of (hyper-)core self-evaluations in strategic decision-making. *Strategic Management Journal*, 26(4), 297–319. <https://doi.org/10.1002/smj.455>
- Hodge, K., Subramaniam, N., & Stewart, J. (2009). Assurance of Sustainability Reports: Impact on Report Users' Confidence and Perceptions of Information Credibility. *Australian Accounting Review*, 19(3), 178–194. <https://doi.org/10.1111/j.1835-2561.2009.00056.x>

- Holgaard, J. E., & Jørgensen, T. H. (2005). A decade of mandatory environmental reporting in Denmark. *European Environment*, 15(6), 362–373. <https://doi.org/10.1002/eet.397>
- Holmstrom, B. (1979). Moral Hazard and Observability. *The Bell Journal of Economics*, 10(1), 74. <https://doi.org/10.2307/3003320>
- Hooghiemstra, R. An. (2000). Corporate communication and impression management—new perspectives why companies engage in corporate social reporting. *Journal of Business Ethics*, 27(1–2), 55.
- Hopwood, B., Mellor, M., & O’Brien, G. (2005). Sustainable development: Mapping different approaches. *Sustainable Development*, 13(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/sd.244>
- Hossain, M., Islam, Md. T., Momin, M. A., Nahar, S., & Alam, Md. S. (2019). Understanding Communication of Sustainability Reporting: Application of Symbolic Convergence Theory (SCT). *Journal of Business Ethics*, 160(2), 563–586. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3874-6>
- Htay, S. N. N., Rashid, H. M. Ab., Adnan, M. A., & Meera, A. K. M. (2012). Impact of Corporate Governance on Social and Environmental Information Disclosure of Malaysian Listed Banks: Panel Data Analysis. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 4(1). <https://doi.org/10.5296/ajfa.v4i1.810>
- Huafang, X., & Jianguo, Y. (2007). Ownership structure, board composition and corporate voluntary disclosure: Evidence from listed companies in China. *Managerial Auditing Journal*, 22(6), 604–619. <https://doi.org/10.1108/02686900710759406>
- Huang, X. “Beryl,” & Watson, L. (2015). Corporate social responsibility research in accounting. *Journal of Accounting Literature*, 34, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.acclit.2015.03.001>
- Hubbard, G. (2011). The Quality of the Sustainability Reports of Large International Companies: An Analysis. *International Journal of Management*, 28(3), 824–848.
- Hummel, K., & Schlick, C. (2016). The relationship between sustainability performance and sustainability disclosure – Reconciling voluntary disclosure theory and legitimacy theory. *Journal of Accounting and Public Policy*, 35(5), 455–476. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2016.06.001>

- Hummel, K., Schlick, C., & Fifka, M. (2019). The Role of Sustainability Performance and Accounting Assurors in Sustainability Assurance Engagements. *Journal of Business Ethics*, 154(3), 733–757. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3410-5>
- Hyatt, D. G., & Berente, N. (2017). Substantive or Symbolic Environmental Strategies? Effects of External and Internal Normative Stakeholder Pressures: Stakeholder Pressure and Environmental Strategies. *Business Strategy and the Environment*, 26(8), 1212–1234. <https://doi.org/10.1002/bse.1979>
- Igalens, J. (2004). Comment évaluer les rapports de développement durable? *Revue Française de Gestion*, 30(152), 151–166. <https://doi.org/10.3166/rfg.152.151-166>
- Ilinitch, A. Y., Soderstrom, N. S., & Thomas, T. (1998). Measuring corporate environmental performance. *Journal of Accounting and Public Policy*, 17(4–5), 383–408. [https://doi.org/10.1016/S0278-4254\(98\)10012-1](https://doi.org/10.1016/S0278-4254(98)10012-1)
- Ingram, R. W. (1978). An Investigation of the Information Content of (Certain) Social Responsibility Disclosures. *Journal of Accounting Research*, 16(2), 270. <https://doi.org/10.2307/2490567>
- Intergovernmental Panel on Climate Change. (2018). *Global warming of 1.5°C*. <http://www.ipcc.ch/report/sr15/>
- International Accounting Standards Board. (2010). *International Financial Reporting Standards—The Conceptual Framework for Financial Reporting*.
- International Federation of Accountants. (2011). *ISAE 3000 (Revised), Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information*. International Auditing and Assurance Standards Board.
- International Integrated Reporting Council. (2013). *Cadre de référence internationale portant sur le reporting intégré* (p. 41).
- International Labour Organisation. (2018a). *World employment social outlook: Trends 2018*.
- International Labour Organisation. (2018b). *Emploi et questions sociales dans le monde -Tendances 2018* (p. 87).

- International Labour Organization. (2018). *Vers l'abolition urgente du Travail dangereux des enfants*.
<https://www.ilo.org/ipecc/facts/WorstFormsofChildLabour/Hazardouschildlabour/lang--fr/index.htm>
- International Labour Organization. (2019). *Sécurité et santé au travail*. Ilo.Org.
<https://www.ilo.org/global/topics/safety-and-health-at-work/lang--fr/index.htm>
- Internationale Arbeitsorganisation (Ed.). (2014). *Developing with jobs* (2. ed. rev). ILO.
- Internationales Arbeitsamt, Walk Free Foundation, & International Organization for Migration. (2017). *Global estimates of modern slavery: Forced labour and forced marriage*.
- Islam, M. A., & Deegan, C. (2008). Motivations for an organisation within a developing country to report social responsibility information: Evidence from Bangladesh. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(6), 850–874.
<https://doi.org/10.1108/09513570810893272>
- ISO 26000. (2010). *Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale*. Organisation internationale de normalisation.
<https://www.iso.org/obp/ui/fr/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:fr:sec:2>
- Jack, L. (Ed.). (2013). *The Routledge companion to accounting communication*. Routledge.
- Jackson, G., Bartosch, J., Avetisyan, E., Kinderman, D., & Knudsen, J. S. (2019). Mandatory Non-financial Disclosure and Its Influence on CSR: An International Comparison. *Journal of Business Ethics*.
<https://doi.org/10.1007/s10551-019-04200-0>
- Jahn, J., & Brühl, R. (2019). Can bad news be good? On the positive and negative effects of including moderately negative information in CSR disclosures. *Journal of Business Research*, 97, 117–128.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.12.070>
- Jamali, D., Safieddine, A. M., & Rabbath, M. (2008). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Synergies and Interrelationships. *Corporate Governance: An International Review*, 16(5), 443–459.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2008.00702.x>

- Janis, I. L., & Fadner, R. H. (1943). A coefficient of imbalance for content analysis. *Psychometrika*, 8(2), 105–119. <https://doi.org/10.1007/BF02288695>
- Janney, J. J., Dess, G., & Forlani, V. (2009). Glass Houses? Market Reactions to Firms Joining the UN Global Compact. *Journal of Business Ethics*, 90(3), 407–423. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0052-x>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Jiwa, I. (2018a, July 13). *Socially responsible investing, part 1: How to clean your portfolio*. CPA Canada. <https://www.cpacanada.ca/en/the-cpa-profession/financial-literacy/blog/2018/july/socially-responsible-investing-1>
- Jiwa, I. (2018b, July 23). *Socially responsible investing, part 2: What you need to consider*. CPA Canada. <https://www.cpacanada.ca/en/the-cpa-profession/financial-literacy/blog/2018/july/socially-responsible-investing-2>
- Jizi, M. I., Salama, A., Dixon, R., & Stratling, R. (2014). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from the US Banking Sector. *Journal of Business Ethics*, 125(4), 601–615. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1929-2>
- Jo, H., & Harjoto, M. A. (2011). Corporate Governance and Firm Value: The Impact of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 103(3), 351–383. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0869-y>
- Johnson, E. N., Kuhn, J. R., Apostolou, B. A., & Hassell, J. M. (2013). Auditor Perceptions of Client Narcissism as a Fraud Attitude Risk Factor. *AUDITING: A Journal of Practice & Theory*, 32(1), 203–219. <https://doi.org/10.2308/ajpt-50329>
- Johnson, J. L., Daily, C. M., & Ellstrand, A. E. (1996). Boards of Directors: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 22(3), 409–438. <https://doi.org/10.1177/014920639602200303>
- Jones, M. Jo., & Shoemaker, P. A. (1994). Accounting narratives: A review of empirical studies of content and readability. *Journal of Accounting Literature*, 13, 142.

- Jones, M., Melis, A., Gaia, S., & Aresu, S. (2018). Does graphical reporting improve risk disclosure? Evidence from European banks. *Journal of Applied Accounting Research*, 19(1), 161–180. <https://doi.org/10.1108/JAAR-07-2016-0068>
- Jones, S., Frost, G., Loftus, J., & Laan, S. (2007). An Empirical Examination of the Market Returns and Financial Performance of Entities Engaged in Sustainability Reporting. *Australian Accounting Review*, 17(41), 78–87. <https://doi.org/10.1111/j.1835-2561.2007.tb00456.x>
- Josée Ledoux, M., Cormier, D., & Houle, S. (2014). Customer value disclosure and analyst forecasts: The influence of environmental dynamism. *Management Decision*, 52(3), 460–481. <https://doi.org/10.1108/MD-01-2013-0022>
- Joseph, G. (2012). Ambiguous but tethered: An accounting basis for sustainability reporting. *Critical Perspectives on Accounting*, 23(2), 93–106. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2011.11.011>
- Journault, M., & Levant, Y. (2017). *Sustainability performance: An unconscious Spectacle*.
- Kanagaretnam, K., Lobo, G. J., & Mathieu, R. (2012). CEO stock options and analysts' forecast accuracy and bias. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 38(3), 299–322. <https://doi.org/10.1007/s11156-011-0229-0>
- Kanbaty, M., Hellmann, A., & He, C. (2018). *Inforgraphics in Corporate Sustainability Reports: Providing Useful Information or Used for Impression Management*. European Accounting Association.
- Kathy Rao, K., Tilt, C. A., & Lester, L. H. (2012). Corporate governance and environmental reporting: An Australian study. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 12(2), 143–163. <https://doi.org/10.1108/14720701211214052>
- Katmon, N., Mohamad, Z. Z., Norwani, N. M., & Farooque, O. A. (2019). Comprehensive Board Diversity and Quality of Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from an Emerging Market. *Journal of Business Ethics*, 157(2), 447–481. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3672-6>
- Kaur, A., & Lodhia, S. (2018). Stakeholder engagement in sustainability accounting and reporting: A study of Australian local councils. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 31(1), 338–368. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-12-2014-1901>

- Kend, M. (2015). Governance, firm-level characteristics and their impact on the client's voluntary sustainability disclosures and assurance decisions. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 6(1), 54–78. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-12-2013-0061>
- Kent, P., Blanco, B., Coram, P., & Dhole, S. (2018). *Auditors Response to Low Annual Report Readability*. European Accounting Association.
- Kent, P., & Monem, R. (2008). What Drives TBL Reporting: Good Governance or Threat to Legitimacy? *Australian Accounting Review*, 18(4), 297–309. <https://doi.org/10.1111/j.1835-2561.2008.0036.x>
- Kent, P., & Zunker, T. (2017). A stakeholder analysis of employee disclosures in annual reports. *Accounting & Finance*, 57(2), 533–563. <https://doi.org/10.1111/acfi.12153>
- Khan, H. (2010). The effect of corporate governance elements on corporate social responsibility (CSR) reporting: Empirical evidence from private commercial banks of Bangladesh. *International Journal of Law and Management*, 52(2), 82–109. <https://doi.org/10.1108/17542431011029406>
- Khan, I., Khan, I., & Senturk, I. (2019). Board diversity and quality of CSR disclosure: Evidence from Pakistan. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 19(6), 1187–1203. <https://doi.org/10.1108/CG-12-2018-0371>
- Khanchel El Mehdi, I. (2013). Les questions de gouvernance dans les entreprises socialement responsables. *Management international*, 17(2), 31. <https://doi.org/10.7202/1015399ar>
- Kim, M. S., Kim, D. T., & Kim, J. I. (2014). CSR for Sustainable Development: CSR Beneficiary Positioning and Impression Management Motivation: Csr for Sustainable Development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 21(1), 14–27. <https://doi.org/10.1002/csr.1300>
- Kim, R., Kim, S., & Musa, P. M. (2018). When does comparability better enhance relevance? Policy implications from empirical evidence. *Journal of Accounting and Public Policy*, 37(5), 436–457. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2018.09.006>
- Kim, S. (2019). The Process Model of Corporate Social Responsibility (CSR) Communication: CSR Communication and its Relationship with Consumers'

- CSR Knowledge, Trust, and Corporate Reputation Perception. *Journal of Business Ethics*, 154(4), 1143–1159. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3433-6>
- Kincaid, J. P., Fishburne, R. P. J., Rogers, R. L., & Chissom, B. S. (1975). *Derivation Of New Readability Formulas (Automated Readability Index, Fog Count And Flesch Reading Ease Formula) For Navy Enlisted Personnel* (p. 48). Institute for Simulation and Training, University of Central Florida.
- Kolk, A. (2008). Sustainability, accountability and corporate governance: Exploring multinationals' reporting practices. *Business Strategy and the Environment*, 17(1), 1–15. <https://doi.org/10.1002/bse.511>
- Kolk, A., Levy, D., & Pinkse, J. (2008). Corporate Responses in an Emerging Climate Regime: The Institutionalization and Commensuration of Carbon Disclosure. *European Accounting Review*, 17(4), 719–745. <https://doi.org/10.1080/09638180802489121>
- KPMG. (2017). *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017*.
- KPMG. (2020). *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2020*.
- KPMG International, GRI, United Nations Environment Programme, & Centre for Corporate Governance in Africa. (2016). *Carrots & Sticks—Global trends in sustainability reporting regulation and policy*.
- Krisement, V. M. (1997). An approach for measuring the degree of comparability of financial accounting information. *European Accounting Review*, 6(3), 465–485. <https://doi.org/10.1080/713764728>
- Kutner, M. H., Nachtsheim, C. J., Neter, J., & Li, W. (2005). *Applied linear statistical models (Vol. 5)* (McGraw-Hill Irwin, Vol. 5).
- Laine, M., Järvinen, J. T., Hyvönen, T., & Kantola, H. (2017). Ambiguity of financial environmental information: A case study of a Finnish energy company. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 30(3), 593–619. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-02-2015-1961>
- Lajmi, A., & Paché, G. (2020). Relevance of voluntary environmental and social reporting in the French context: Does CSR assurance matter? *Environmental Economics*, 11(1), 54–64. [https://doi.org/10.21511/ee.11\(1\).2020.05](https://doi.org/10.21511/ee.11(1).2020.05)

- Lament, M. (2015). Trends in corporate social responsibility (CSR) reporting. *International Journal of Economic Practices and Theories*, 5(5).
- Lang, K. (2018). Voluntary Disclosure and Analyst Forecast. *European Accounting Review*, 27(1), 23–36. <https://doi.org/10.1080/09638180.2016.1217783>
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012a). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(1), 86–108. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.006>
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012b). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 26(1), 75–100. <https://doi.org/10.1108/09513571311285621>
- Lanis, R., & Richardson, G. (2015). Is Corporate Social Responsibility Performance Associated with Tax Avoidance? *Journal of Business Ethics*, 127(2), 439–457. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2052-8>
- Laufer, W. S. (2003). Social Accountability and Corporate Greenwashing. *Journal of Business Ethics*, 43(3), 253–261.
- Laurin-Lamothe, A., & L'Italien, F. (2015). Financiarisation des entreprises et rémunération des dirigeants au Québec et au Canada. *Revue Interventions Économiques*, 52. <http://journals.openedition.org/interventionseconomiques/2533>
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34–47. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.1.34>
- Leland, H. E., & Pyle, D. H. (1977). INFORMATIONAL ASYMMETRIES, FINANCIAL STRUCTURE, AND FINANCIAL INTERMEDIATION. *The Journal of Finance*, 32(2), 371–387. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1977.tb03277.x>
- Lemoine, D. (2014, December 10). *Pérennité de la responsabilité sociale des entreprises—Comment ne pas décrédibiliser la responsabilité sociale*. MÉDAC. <https://medac.qc.ca/salle-de-presse/articles/693-perennite-de-la-responsabilite-sociale-des-entreprises/>

- Lemoine, D. (2017, November 2). *Responsabilités sociales et environnementales—L'investissement responsable sur une erre d'aller?* MÉDAC. <https://medac.qc.ca/salle-de-presse/articles/1397-responsabilites-sociales-et-environnementales/>
- Lemoine, D. (2018, April 5). *Risques liés au changement climatique—Les ACVM veulent des entreprises plus transparentes.* MÉDAC. <https://medac.qc.ca/salle-de-presse/articles/1472-risques-lies-au-changement-climatique/>
- Li, Z., & Haque, S. (2019). Corporate social responsibility employment narratives: A linguistic analysis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal, ahead-of-print*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/AAAJ-10-2016-2753>
- Liao, L., Luo, L., & Tang, Q. (2015). Gender diversity, board independence, environmental committee and greenhouse gas disclosure. *The British Accounting Review, 47*(4), 409–424. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2014.01.002>
- Lim, S. J., White, G., Lee, A., & Yuningsih, Y. (2017). A longitudinal study of voluntary disclosure quality in the annual reports of innovative firms. *Accounting Research Journal, 30*(1), 89–106. <https://doi.org/10.1108/ARJ-08-2013-0056>
- Linz, & Traxler. (2017). *The Internal Process of GRI Reporting—Insights from Austria, Germany, Switzerland.* European Accounting Association, Valencia, Spain.
- Lock, I., & Seele, P. (2016). The credibility of CSR (corporate social responsibility) reports in Europe. Evidence from a quantitative content analysis in 11 countries. *Journal of Cleaner Production, 122*, 186–200. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.02.060>
- Lopatta, K., Kaspereit, T., & Tideman, S. A. (2018). *Sustainability Reporting, Sustainability Performance, and CEO's Sustainability Reporting Styles: The Joint Effect on Cost of Equity Capital.* European Accounting Association.
- Lorenzo, J. M. P., Sánchez, I. M. G., & Gallego-Álvarez, I. (2009). Características del consejo de administración e información en materia de Responsabilidad Social Corporativa. *Spanish Journal of Finance and Accounting / Revista Española de Financiación y Contabilidad, 38*(141), 107–135. <https://doi.org/10.1080/02102412.2009.10779664>

- Loughran, T., & McDonald, B. (2014). Measuring Readability in Financial Disclosures: Measuring Readability in Financial Disclosures. *The Journal of Finance*, 69(4), 1643–1671. <https://doi.org/10.1111/jofi.12162>
- Luft Mobus, J. (2005). Mandatory environmental disclosures in a legitimacy theory context. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 18(4), 492–517. <https://doi.org/10.1108/09513570510609333>
- Luo, L. (2017). The influence of institutional contexts on the relationship between voluntary carbon disclosure and carbon emission performance. *Accounting & Finance*. <https://doi.org/10.1111/acfi.12267>
- Luo, L., Lan, Y.-C., & Tang, Q. (2012). Corporate Incentives to Disclose Carbon Information: Evidence from the CDP Global 500 Report. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 23(2), 93–120. <https://doi.org/10.1111/j.1467-646X.2012.01055.x>
- Lys, T., Naughton, J. P., & Wang, C. (2015). Signaling through corporate accountability reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 60(1), 56–72. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2015.03.001>
- Mackenzie, N., & Knipe, S. (2006). Research dilemmas: Paradigms, methods and methodology. *Issues in Educational Research*, 16(2), 193–205.
- Mahoney, L. S., Thorne, L., Cecil, L., & LaGore, W. (2013). A research note on standalone corporate social responsibility reports: Signaling or greenwashing? *Critical Perspectives on Accounting*, 24(4–5), 350–359. ABI/INFORM Collection; ProQuest Central. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2012.09.008>
- Maltby, J. (1997). Setting its own standards and meeting those standards: Voluntarism versus regulation in environmental reporting. *Business Strategy and the Environment*, 6(2), 83–92. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0836\(199705\)6:2<83::AID-BSE96>3.0.CO;2-U](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0836(199705)6:2<83::AID-BSE96>3.0.CO;2-U)
- Manetti, G., & Becatti, L. (2009). Assurance Services for Sustainability Reports: Standards and Empirical Evidence. *Journal of Business Ethics*, 87(S1), 289–298. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9809-x>
- Maroun, W. (2019a). Does external assurance contribute to higher quality integrated reports? *Journal of Accounting and Public Policy*, 38(4), 106670. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2019.06.002>

- Maroun, W. (2019b). Exploring the rationale for integrated report assurance. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(6), 1826–1854. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-04-2018-3463>
- Marquez-Illescas, G., Zebedee, A. A., & Zhou, L. (2018). Hear Me Write: Does CEO Narcissism Affect Disclosure? *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3796-3>
- Marquis, C., & Toffel, M. W. (2012). *When do Firms Greenwash? Corporate Visibility, Civil Society Scrutiny, and Environmental Disclosure*.
- Martin, P. R., & Moser, D. V. (2016). Managers' green investment disclosures and investors' reaction. *Journal of Accounting and Economics*, 61(1), 239–254. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2015.08.004>
- Martínez-Ferrero, J., Garcia-Sanchez, I. M., & Cuadrado-Ballesteros, B. (2015). Effect of Financial Reporting Quality on Sustainability Information Disclosure: Financial Reporting Quality and CSR information. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22(1), 45–64. <https://doi.org/10.1002/csr.1330>
- Martínez-Ferrero, J., Suárez-Fernández, O., & García-Sánchez, I.-M. (2019). Obfuscation versus enhancement as corporate social responsibility disclosure strategies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 468–480. <https://doi.org/10.1002/csr.1697>
- Mather, D., Mather, P., & Ramsay, A. (2005). An investigation into the measurement of graph distortion in financial reports. *Accounting and Business Research*, 35(2), 147–160. <https://doi.org/10.1080/00014788.2005.9729670>
- Mc Laughlin, H. G. (1969). SMOG Grading—A New Readability Formula. *Journal of Reading*, 12(8), 639–646.
- McBarnet, D., Voiculescu, A., & Campbell, T. (2007). *THE NEW CORPORATE ACCOUNTABILITY: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND THE LAW*. Cambridge University Press.
- MÉDAC. (2014). *Le MÉDAC*. MÉDAC. <https://medac.qc.ca/accueil/histoire/>
- MÉDAC. (2016, November 2). *Vers une communication complète avec les parties prenantes—Mieux vaut prévenir que guérir les dommages à la réputation*.

MÉDAC. <https://medac.qc.ca/salle-de-presse/articles/1137-vers-une-communication-complete-avec-les-parties-prenantes/>

- Melloni, G., Caglio, A., & Perego, P. (2017). Saying more with less? Disclosure conciseness, completeness and balance in Integrated Reports. *Journal of Accounting and Public Policy*, 36(3), 220–238. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2017.03.001>
- Merkel-Davies, D. M., & Brennan, N. M. (2007). Discretionary Disclosure Strategies in Corporate Narratives: Incremental Information or Impression Management? *Journal of Accounting Literature*, 27, 93.
- Merkel-Davies, D. M., & Brennan, N. M. (2017). A theoretical framework of external accounting communication: Research perspectives, traditions, and theories. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 30(2), 433–469. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-04-2015-2039>
- Merkel-Davies, D. M., Brennan, N. M., & McLeay, S. J. (2011). Impression management and retrospective sense-making in corporate narratives: A social psychology perspective. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 24(3), 315–344. <https://doi.org/10.1108/09513571111124036>
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340–363. <https://doi.org/10.1086/226550>
- Michelon, G., Pilonato, S., & Ricceri, F. (2015). CSR reporting practices and the quality of disclosure: An empirical analysis. *Critical Perspectives on Accounting*, 33, 59–78. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2014.10.003>
- Milgrom, P. R. (1981). Good News and Bad News: Representation Theorems and Applications. *The Bell Journal of Economics*, 12(2), 380. <https://doi.org/10.2307/3003562>
- Miller, P. B. W. (1978). A New View of Comparability. *Journal of Accountancy*, 146(2), 7.
- Ministère de la justice et des libertés. (2012). Décret no 2012-557 du 24 avril 2012 relatif aux obligations de transparence des entreprises en matière sociale et environnementale. *Journal Officiel de La République Française*.

- Miras-Rodríguez, M. del M., Bravo-Urquiza, F., & Escobar-Pérez, B. (2020). Does corporate social responsibility reporting actually destroy firm reputation? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4), 1947–1957. <https://doi.org/10.1002/csr.1938>
- Mock, T. J., Stroh, C., & Swartz, K. M. (2007). An Examination of Worldwide Assured Sustainability Reporting. *Australian Accounting Review*, 17(41), 67–77. <https://doi.org/10.1111/j.1835-2561.2007.tb00455.x>
- Mohammed, A., Teddy, O. K., Simon, H., & Sally, M. Y. (2016). Do firms manage earnings and avoid tax for corporate social responsibility? *Journal of Accounting and Taxation*, 8(2), 11–27. <https://doi.org/10.5897/JAT2016.0218>
- Mohd Ghazali, N. A. (2007). Ownership structure and corporate social responsibility disclosure: Some Malaysian evidence. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 7(3), 251–266. <https://doi.org/10.1108/14720700710756535>
- Moneva, J. M., & Cuellar, B. (2009). The Value Relevance of Financial and Non-Financial Environmental Reporting. *Environmental and Resource Economics*, 44(3), 441–456. <https://doi.org/10.1007/s10640-009-9294-4>
- Montiel, I. (2008). Corporate Social Responsibility and Corporate Sustainability: Separate Pasts, Common Futures. *Organization & Environment*, 21(3), 245–269. <https://doi.org/10.1177/1086026608321329>
- Moroney, R., Windsor, C., & Aw, Y. T. (2012). Evidence of assurance enhancing the quality of voluntary environmental disclosures: An empirical analysis. *Accounting & Finance*, 52(3), 903–939. <https://doi.org/10.1111/j.1467-629X.2011.00413.x>
- Müller, J. (2014). An accounting revolution? The financialisation of standard setting. *Critical Perspectives on Accounting*, 25(7), 539–557. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2013.08.006>
- Muslu, V., Mutlu, S., Radhakrishnan, S., & Tsang, A. (2019). Corporate Social Responsibility Report Narratives and Analyst Forecast Accuracy. *Journal of Business Ethics*, 154(4), 1119–1142. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3429-7>
- Nations Unies. (1968). *UN Documentation: Environment*. <http://research.un.org/en/docs/environment/conferences>

- Nations Unies. (1972, June). *Déclaration de Stockholm—Conférence des Nations Unies sur l'environnement*. Conférence des Nations Unies sur l'environnement, Stockholm. <http://legal.un.org/avl/ha/dunche/dunche.html>
- Nations Unies. (1992). *REPORT OF THE UNITED NATIONS CONFERENCE ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT*. <http://www.un.org/documents/ga/conf151/aconf15126-1annex1.htm>
- Nations Unies. (2002). *World Summit on Sustainable Development -Johannesburg Declaration on Sustainable Development*. <http://www.un-documents.net/jburgdec.htm>
- Nations Unies. (2012). *United Nations Conference on Sustainable Development, Rio+20*. <https://sustainabledevelopment.un.org/rio20>
- Nations Unies. (2019a). *Le Sommet Action Climat 2019*. <https://www.un.org/fr/climatechange/un-climate-summit-2019.shtml>
- Nations Unies. (2019b). *Les changements climatiques*. <https://www.un.org/fr/sections/issues-depth/climate-change/index.html>
- Nazari, J. A., Hrazdil, K., & Mahmoudian, F. (2017). Assessing social and environmental performance through narrative complexity in CSR reports. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 13(2), 166–178. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2017.05.002>
- Neu, D., Warsame, H., & Pedwell, K. (1998). Managing Public Impressions: Environmental Disclosures in Annual Reports. *Accounting, Organizations and Society*, 23(3), 265–282. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(97\)00008-1](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(97)00008-1)
- Newberry, S., & Robb, A. (2008). Financialisation: Constructing shareholder value ... for some. *Critical Perspectives on Accounting*, 19(5), 741–763. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2006.08.007>
- Nik Ahmad, N. N., & Hossain, D. M. (2019). Exploring the meaning of climate change discourses: An impression management exercise? *Accounting Research Journal*, 00–00. <https://doi.org/10.1108/ARJ-07-2016-0085>
- Nitkins, D., & Brooks, L. J. (1998). Sustainability auditing and reporting: The Canadian experience. *Journal of Business Ethics*, 17(13), 1499–1507.

- Norberg, P. (2020). CSR politics of non-recognition: Justification fallacies marginalising criticism, society, and environment. *Business Ethics: A European Review*, 29(4), 694–705. <https://doi.org/10.1111/beer.12307>
- O'Donovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 344–371. <https://doi.org/10.1108/09513570210435870>
- O'Dwyer, B., & Owen, D. L. (2005). Assurance statement practice in environmental, social and sustainability reporting: A critical evaluation. *The British Accounting Review*, 37(2), 205–229. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2005.01.005>
- O'Leary, Z. (2004). *The essential guide to doing research*. SAGE.
- Ontario Securities Commission. (2018). *OSC Notice 11-781 Notice of Statement of Priorities for Financial Year to End March 31, 2019* (p. 23). Ontario Securities Commission.
- Organisation for Economic Co-Operation and Development. (1999). *OECD Principles of Corporate Governance*.
- Orhangazi, O. (2008). Financialisation and capital accumulation in the non-financial corporate sector: A theoretical and empirical investigation on the US economy: 1973-2003. *Cambridge Journal of Economics*, 32(6), 863–886. <https://doi.org/10.1093/cje/ben009>
- Orij, R., Braam, G., & Hussain, N. (2018). *Corporate Social Responsibility and Earnings Quality: The Moderating Role of Financial Analysts*. European Accounting Association.
- Oshika, T., Sika, C., & Jimishi, M. (2018). *Does Tax Avoidance Diminish Sustainability?* European Accounting Association.
- Overland, J. (2007). Corporate Social Responsibility in Context: The Case for Compulsory Sustainability Disclosure for Listed Public Companies in Australia? *Macquarie J. Int'l & Comp. Envtl. L.*, 1.
- Oxford English Dictionary. (2018). Greenwashing. In *Oxford English Dictionary*.

- Pacte Mondial des Nations Unies. (2014). *Guide to Corporate Sustainability—Shaping a Sustainable Future*.
- Pacte Mondial des Nations Unies. (2018). *The Ten Principles of the UN Global Compact*. <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- Pacte Mondial des Nations Unies. (2021). *Act Globally Engage Locally—Canada*. <https://www.unglobalcompact.org/engage-locally/north-america/canada>
- Palley, T. I. (2013). *Financialization*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9781137265821>
- Parmar, B. L., Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Purnell, L., & de Colle, S. (2010). Stakeholder Theory: *The State of the Art*. *The Academy of Management Annals*, 4(1), 403–445. <https://doi.org/10.1080/19416520.2010.495581>
- Patten, D. M. (1991). Exposure, legitimacy, and social disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*, 10(4), 297–308. [https://doi.org/10.1016/0278-4254\(91\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0278-4254(91)90003-3)
- Patten, D. M. (2002). The relation between environmental performance and environmental disclosure: A research note. *Accounting, Organizations and Society*, 27(8), 763–773. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(02\)00028-4](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(02)00028-4)
- Peetz, D., & Murray, G. (2013). Financialization of corporate ownership and implications for the potential for climate action. In *Critical Studies on Corporate Responsibility, Governance and Sustainability* (Vol. 5, pp. 99–125). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S2043-9059\(2013\)0000005013](https://doi.org/10.1108/S2043-9059(2013)0000005013)
- Pelletier, C. (2013). Méthodologie de la recherche en sciences de la gestion, M.-L. Gavard-Perret, D. Gotteland, C. Haon et A. Jolibert (2012), 2 édition, Paris, Pearson France, 415 p. *Revue internationale P.M.E.: Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 26(3–4), 237. <https://doi.org/10.7202/1024527ar>
- Perego, P. (2009). Causes and consequences of choosing different assurance providers: An international study of sustainability reporting. *International Journal of Management*, 26(3), 412.
- Perego, Paolo, & Kolk, A. (2012). Multinationals' Accountability on Sustainability: The Evolution of Third-party Assurance of Sustainability Reports. *Journal of Business Ethics*, 110(2), 173–190. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1420-5>

- Perrault Crawford, E., & Clark Williams, C. (2010). Should corporate social reporting be voluntary or mandatory? Evidence from the banking sector in France and the United States. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 10(4), 512–526. <https://doi.org/10.1108/14720701011069722>
- Petit, V., & Bollaert, H. (2012). Flying Too Close to the Sun? Hubris Among CEOs and How to Prevent it. *Journal of Business Ethics*, 108(3), 265–283. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1097-1>
- Petrenko, O. V., Aime, F., Ridge, J., & Hill, A. (2016). Corporate social responsibility or CEO narcissism? CSR motivations and organizational performance: Corporate Social Responsibility or CEO Narcissism? *Strategic Management Journal*, 37(2), 262–279. <https://doi.org/10.1002/smj.2348>
- Piaget, J. (Ed.). (1996). *Logique et connaissance scientifique*. Gallimard.
- Pistoni, A., Songini, L., & Bavagnoli, F. (2018). Integrated Reporting Quality: An Empirical Analysis: Integrated Reporting Quality: An Empirical Analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(4), 489–507. <https://doi.org/10.1002/csr.1474>
- Plumlee, M., Brown, D., Hayes, R. M., & Marshall, R. S. (2015). Voluntary environmental disclosure quality and firm value: Further evidence. *Journal of Accounting and Public Policy*, 34(4), 336–361. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2015.04.004>
- Plumlee, M., & Yohn, T. L. (2010). An Analysis of the Underlying Causes Attributed to Restatements. *Accounting Horizons*, 24(1), 41–64. <https://doi.org/10.2308/acch.2010.24.1.41>
- Powell, W. W., & DiMaggio, P. (1991). *The new institutionalism in organizational analysis*. <http://public.ebib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=3563095>
- Preuss, L. (2010). Tax avoidance and corporate social responsibility: You can't do both, or can you? *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 10(4), 365–374. <https://doi.org/10.1108/14720701011069605>
- Preuss, L. (2012). Responsibility in Paradise? The Adoption of CSR Tools by Companies Domiciled in Tax Havens. *Journal of Business Ethics*, 110(1), 1–14. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1456-6>

Principles for Responsible Investment. (2018a). *About PRI*.
<https://www.unpri.org/pri/about-the-pri>

Principles for Responsible Investment. (2018b). *Principles for Responsible Investment—Annual Report 2018* (p. 92) [Annual report].

Principles for Responsible Investment. (2018c). *5e Colloque québécois de l'investissement responsable: Des principes aux solutions concrètes*.

Prior, D., Surroca, J., & Tribó, J. A. (2008). Are Socially Responsible Managers Really Ethical? Exploring the Relationship Between Earnings Management and Corporate Social Responsibility. *Corporate Governance: An International Review*, 16(3), 160–177. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2008.00678.x>

Pucheta-Martínez, M. C., Bel-Oms, I., & Rodrigues, L. L. (2019). The engagement of auditors in the reporting of corporate social responsibility information. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(1), 46–56. <https://doi.org/10.1002/csr.1656>

Puroila, J., & Mäkelä, H. (2019). Matter of opinion: Exploring the socio-political nature of materiality disclosures in sustainability reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(4), 1043–1072. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-11-2016-2788>

Rao, K., & Tilt, C. (2016). Board Composition and Corporate Social Responsibility: The Role of Diversity, Gender, Strategy and Decision Making. *Journal of Business Ethics*, 138(2), 327–347. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2613-5>

Rapport Brundtland. (1987). *Notre Avenir à tous*. www.un-documents.net/wced-ocf.htm

Raskin, R. N., & Hall, C. S. (1979). A Narcissistic Personality Inventory. *Psychological Reports*, 45(2), 590–590. <https://doi.org/10.2466/pr0.1979.45.2.590>

Raskin, R., & Shaw, R. (1988). Narcissism and the Use of Personal Pronouns. *Journal of Personality*, 56(2), 393–404. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1988.tb00892.x>

Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of*

- Personality and Social Psychology*, 54(5), 890–902.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.5.890>
- Readable.com. (2019). *Readability formulas*. Readable.Com.
<https://readable.com/features/readability-formulas/>
- Reimsbach, D., Hahn, R., & Gürtürk, A. (2018). Integrated Reporting and Assurance of Sustainability Information: An Experimental Study on Professional Investors' Information Processing. *European Accounting Review*, 27(3), 559–581. <https://doi.org/10.1080/09638180.2016.1273787>
- Reverte, C. (2016). Corporate social responsibility disclosure and market valuation: Evidence from Spanish listed firms. *Review of Managerial Science*, 10(2), 411–435. ABI/INFORM Collection; ProQuest Central.
<https://doi.org/10.1007/s11846-014-0151-7>
- Reynolds, M., & Yuthas, K. (2008). Moral Discourse and Corporate Social Responsibility Reporting. *Journal of Business Ethics*, 78(1–2), 47–64.
<https://doi.org/10.1007/s10551-006-9316-x>
- Rezaee, Z. (2016). Business sustainability research: A theoretical and integrated perspective. *Journal of Accounting Literature*, 36, 48–64.
<https://doi.org/10.1016/j.acclit.2016.05.003>
- Rhianon Edgley, C., Jones, M. J., & Solomon, J. F. (2010). Stakeholder inclusivity in social and environmental report assurance. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 23(4), 532–557.
<https://doi.org/10.1108/09513571011041615>
- Richards, G., & van Staden, C. (2015). The readability impact of international financial reporting standards. *Pacific Accounting Review*, 27(3), 282–303.
<https://doi.org/10.1108/PAR-08-2013-0086>
- Rijsenbilt, A., & Commandeur, H. (2013). Narcissus Enters the Courtroom: CEO Narcissism and Fraud. *Journal of Business Ethics*, 117(2), 413–429.
<https://doi.org/10.1007/s10551-012-1528-7>
- Riley, T. J., & Yen, A. C. (2019). Accounting Narratives. In T. J. Riley & A. C. Yen, *Oxford Research Encyclopedia of Business and Management*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190224851.013.169>

- Rivière-Giordano, G. (2007). Comment crédibiliser le reporting sociétal ? *Comptabilité - Contrôle - Audit*, 13(2), 127. <https://doi.org/10.3917/cca.132.0127>
- Robson, C., & McCartan, K. (2016). *Real world research* (Fourth Edition). Wiley.
- Roca, L. C., & Searcy, C. (2012). An analysis of indicators disclosed in corporate sustainability reports. *Journal of Cleaner Production*, 20(1), 103–118. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.08.002>
- Romero, S., Ruiz, S., & Fernandez-Feijoo, B. (2019). Sustainability reporting and stakeholder engagement in Spain: Different instruments, different quality. *Business Strategy and the Environment*, 28(1), 221–232. <https://doi.org/10.1002/bse.2251>
- Rossi, A., & Tarquinio, L. (2017). An analysis of sustainability report assurance statements: Evidence from Italian listed companies. *Managerial Auditing Journal*, 32(6), 578–602. <https://doi.org/10.1108/MAJ-07-2016-1408>
- Ruhnke, K., & Gabriel, A. (2013). Determinants of voluntary assurance on sustainability reports: An empirical analysis. *Journal of Business Economics*, 83(9), 1063–1091. <https://doi.org/10.1007/s11573-013-0686-0>
- Rupley, K. H., Brown, D., & Marshall, R. S. (2012). Governance, media and the quality of environmental disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(6), 610–640. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2012.09.002>
- Rutherford, B. A. (2003). Obfuscation, Textual Complexity and the Role of Regulated Narrative Accounting Disclosure in Corporate Governance. *Journal of Management and Governance*, 7(2), 187–210.
- Said, R., Hj Zainuddin, Y., & Haron, H. (2009). The relationship between corporate social responsibility disclosure and corporate governance characteristics in Malaysian public listed companies. *Social Responsibility Journal*, 5(2), 212–226. <https://doi.org/10.1108/17471110910964496>
- Sandberg, M., & Holmlund, M. (2015). Impression management tactics in sustainability reporting. *Social Responsibility Journal*, 11(4), 677–689. <https://doi.org/10.1108/SRJ-12-2013-0152>
- Sauerwald, S., & Su, W. (2019). CEO overconfidence and CSR decoupling. *Corporate Governance: An International Review*, 27(4), 283–300. <https://doi.org/10.1111/corg.12279>

- Schneider, T., Michelon, G., & Paananen, M. (2018). Environmental and Social Matters in Mandatory Corporate Reporting: An Academic Note: ENVIRONMENTAL AND SOCIAL MATTERS IN MANDATORY CORPORATE REPORTING. *Accounting Perspectives*, 17(2), 275–305. <https://doi.org/10.1111/1911-3838.12173>
- Schreck, P., & Raithel, S. (2018). Corporate Social Performance, Firm Size, and Organizational Visibility: Distinct and Joint Effects on Voluntary Sustainability Reporting. *Business & Society*, 57(4), 742–778. <https://doi.org/10.1177/0007650315613120>
- Schroeder, N., & Gibson, C. (1990). Readability of Management's Discussion and Analysis. *Accounting Horizons*, 4(4), 78.
- Sciarelli, M., Tani, M., Landi, G., & Turriziani, L. (2020). CSR perception and financial performance: Evidences from Italian and UK asset management companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 841–851. <https://doi.org/10.1002/csr.1848>
- Scott, W. R. (2015). *Financial accounting theory* (7th edition). Pearson.
- Searcy, C., & Buslovich, R. (2014). Corporate Perspectives on the Development and Use of Sustainability Reports. *Journal of Business Ethics*, 121(2), 149–169. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1701-7>
- Seele, P., & Gatti, L. (2015). Greenwashing Revisited: In Search of a Typology and Accusation-Based Definition Incorporating Legitimacy Strategies: Greenwashing Revisited. *Business Strategy and the Environment*, n/a-n/a. <https://doi.org/10.1002/bse.1912>
- Sethi, S. P., Martell, T. F., & Demir, M. (2017). Enhancing the Role and Effectiveness of Corporate Social Responsibility (CSR) Reports: The Missing Element of Content Verification and Integrity Assurance. *Journal of Business Ethics*, 144(1), 59–82. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2862-3>
- Sethi, S. P., & Schepers, D. H. (2014). United Nations Global Compact: The Promise–Performance Gap. *Journal of Business Ethics*, 122(2), 193–208. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1629-y>
- Shahin, A., & Zairi, M. (2007). Corporate governance as a critical element for driving excellence in corporate social responsibility. *International Journal of Quality*

& *Reliability Management*, 24(7), 753–770.
<https://doi.org/10.1108/02656710710774719>

- Sheldon, M. D. (2016). *User Perceptions of CSR Disclosure Credibility with Reasonable, Limited and Hybrid Assurances*. Virginia Tech.
- Sierra, L., Zorio, A., & García-Benau, M. A. (2013). Sustainable Development and Assurance of Corporate Social Responsibility Reports Published by Ibex-35 Companies. *Corporate Social - Responsibility and Environmental Management*, 20(6), 359. ABI/INFORM Collection; ProQuest Central.
- Sierra-García, L., Zorio-Grima, A., & García-Benau, M. A. (2015). Stakeholder Engagement, Corporate Social Responsibility and Integrated Reporting: An Exploratory Study. *Corporate Social - Responsibility and Environmental Management*, 22(5), 286. ABI/INFORM Collection; ProQuest Central.
- Simnett, R. (2012). Assurance of sustainability reports: Revision of ISAE 3000 and associated research opportunities. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 3(1), 89–98. <https://doi.org/10.1108/20408021211223570>
- Simnett, R., Vanstraelen, A., & Chua, W. F. (2009). Assurance on Sustainability Reports: An International Comparison. *The Accounting Review*, 84(3), 937–967. <https://doi.org/10.2308/accr.2009.84.3.937>
- Sinkin, C., Wright, C. J., & Burnett, R. D. (2008). Eco-efficiency and firm value. *Journal of Accounting and Public Policy*, 27(2), 167–176. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2008.01.003>
- Sivakumar, N. (2009). Values-based corporate governance and organization behavior – guidelines from *Manusmriti* for ethical and social responsibility. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 9(5), 573–585. <https://doi.org/10.1108/14720700910998148>
- Smith, M., & Taffler, R. (1992). Readability and Understandability: Different Measures of the Textual Complexity of Accounting Narrative. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 5(4). <https://doi.org/10.1108/09513579210019549>
- Smith, S., & van der Heijden, H. (2017). Analysts' evaluation of KPI usefulness, standardisation and assurance. *Journal of Applied Accounting Research*, 18(1), 63–86. <https://doi.org/10.1108/JAAR-06-2015-0058>

- Solomon, J. F., Solomon, A., Joseph, N. L., & Norton, S. D. (2013). Impression management, myth creation and fabrication in private social and environmental reporting: Insights from Erving Goffman. *Accounting, Organizations and Society*, 38(3), 195–213. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2013.01.001>
- Spence, C. (2009). Social and environmental reporting and the corporate ego. *Business Strategy and the Environment*, 18(4), 254–265. <https://doi.org/10.1002/bse.600>
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355. <https://doi.org/10.2307/1882010>
- Srivastava, A. P., & Shree, S. (2019). Examining the effect of employee green involvement on perception of corporate social responsibility: Moderating role of green training. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 30(1), 197–210. <https://doi.org/10.1108/MEQ-03-2018-0057>
- Stocker, F., Arruda, M. P., Mascena, K. M. C., & Boaventura, J. M. G. (2020). Stakeholder engagement in sustainability reporting: A classification model. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(5), 2071–2080. <https://doi.org/10.1002/csr.1947>
- Stone, G. W., & Lodhia, S. (2019). Readability of integrated reports: An exploratory global study. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/AAAJ-10-2015-2275>
- Stubbs, W., & Higgins, C. (2014). Integrated Reporting and internal mechanisms of change. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 27(7), 1068–1089. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-03-2013-1279>
- Stubbs, W., & Higgins, C. (2018). Stakeholders' Perspectives on the Role of Regulatory Reform in Integrated Reporting. *Journal of Business Ethics*, 147(3), 489–508. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2954-0>
- Suchman, M. C. (1995). MANAGING LEGITIMACY: STRATEGIC AND INSTITUTIONAL APPROACHES. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. <https://doi.org/10.5465/AMR.1995.9508080331>
- Sustainable Stock Exchanges Initiative. (2016). *2016 Report on Progress*. www.SSEinitiative.org
- Sydsærf, R., & Weetman, P. (1999). A texture index for evaluating accounting narratives: An alternative to readability formulas. *Accounting, Auditing &*

Accountability Journal, 12(4), 459–488.
<https://doi.org/10.1108/09513579910283503>

- Talbot, D., & Boiral, O. (2015). Strategies for Climate Change and Impression Management: A Case Study Among Canada's Large Industrial Emitters. *Journal of Business Ethics*, 132(2), 329–346. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2322-5>
- Talbot, D., & Boiral, O. (2018). GHG Reporting and Impression Management: An Assessment of Sustainability Reports from the Energy Sector. *Journal of Business Ethics*, 147(2), 367–383. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2979-4>
- Tang, Y., Qian, C., Chen, G., & Shen, R. (2015). How CEO hubris affects corporate social (ir)responsibility: CEO Hubris and CSR. *Strategic Management Journal*, 36(9), 1338–1357. <https://doi.org/10.1002/smj.2286>
- Task Force on Climate-related Financial Disclosures. (2018). *Task Force on Climate-related Financial Disclosures—2018 Status Report*.
- Task Force on Climate-Related Financial Disclosures. (2020). *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures—2020 Status Report* (p. 114).
- Tata, J., & Prasad, S. (2015). CSR Communication: An Impression Management Perspective. *Journal of Business Ethics*, 132(4), 765–778. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2328-z>
- Tello, E., Hazelton, J., & Cummings, L. (2016). Potential users' perceptions of general purpose water accounting reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 29(1), 80–110. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-12-2013-1552>
- Testa, F., Boiral, O., & Iraldo, F. (2018). Internalization of Environmental Practices and Institutional Complexity: Can Stakeholders Pressures Encourage Greenwashing? *Journal of Business Ethics*, 147(2), 287–307. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2960-2>
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2017). Hubris. In *Encyclopaedia Britannica*. Encyclopaedia Britannica, inc. <https://www.britannica.com/topic/hubris>
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2018). *The Globe and Mail*. <https://www.britannica.com/topic/The-Globe-and-Mail#>

- The Globe and Mail. (2010). *Globe Sustainability Policy—The Globe and Mail Mandate for Sustainable Paper Choices*. The Globe and Mail. <https://www.theglobeandmail.com/privacy-terms/global-sustainability-policy/>
- The Globe And Mail. (2018). *The Globe And Mail*. <https://www.theglobeandmail.com/about/>
- The Globe and Mail. (2018a). *The Globe and Mail—Our History and Ownership*. The Globe and Mail. <https://www.theglobeandmail.com/about/>
- The Globe and Mail. (2018b, January 4). *Board Games Methodology: Corporations*. The Globe and Mail. <https://www.theglobeandmail.com/report-on-business/careers/management/board-games/board-games-comprehensive-ranking-2017/article37037170/>
- Thirarungrueang, K. (2013). Rethinking CSR in Australia: Time for binding regulation? *International Journal of Law and Management*, 55(3), 173–200. <https://doi.org/10.1108/17542431311327628>
- Thorne, L., S. Mahoney, L., & Manetti, G. (2014). Motivations for issuing standalone CSR reports: A survey of Canadian firms. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 27(4), 686–714. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-07-2013-1393>
- Tilling, M. V., & Tilt, C. A. (2010). The edge of legitimacy: Voluntary social and environmental reporting in Rothmans' 1956-1999 annual reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 23(1), 55–81. <https://doi.org/10.1108/09513571011010600>
- Tschopp, D., & Huefner, R. J. (2015). Comparing the Evolution of CSR Reporting to that of Financial Reporting. *Journal of Business Ethics*, 127(3), 565–577. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2054-6>
- UN Global Compact. (2021). *UN Global Compact*. <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc>
- Verbeeten, F. H. M., Gamerschlag, R., & Möller, K. (2016). Are CSR disclosures relevant for investors? Empirical evidence from Germany. *Management Decision*, 54(6), 1359–1382. <https://doi.org/10.1108/MD-08-2015-0345>

- Verk, N., Golob, U., & Podnar, K. (2019). A Dynamic Review of the Emergence of Corporate Social Responsibility Communication. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04232-6>
- Verrecchia, R. E. (1983). Discretionary disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 5, 179–194. [https://doi.org/10.1016/0165-4101\(83\)90011-3](https://doi.org/10.1016/0165-4101(83)90011-3)
- Villiers, C. de, & van Staden, C. J. (2011). Where firms choose to disclose voluntary environmental information. *Journal of Accounting and Public Policy*, 30(6), 504–525. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2011.03.005>
- Vitolla, F., Raimo, N., & Rubino, M. (2020). Board characteristics and integrated reporting quality: An agency theory perspective. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 1152–1163. <https://doi.org/10.1002/csr.1879>
- Vitolla, F., Raimo, N., Rubino, M., & Garzoni, A. (2019). How pressure from stakeholders affects integrated reporting quality. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, csr.1850. <https://doi.org/10.1002/csr.1850>
- Wales, W. J., Patel, P. C., & Lumpkin, G. T. (2013). In Pursuit of Greatness: CEO Narcissism, Entrepreneurial Orientation, and Firm Performance Variance: In Pursuit of Greatness. *Journal of Management Studies*, 50(6), 1041–1069. <https://doi.org/10.1111/joms.12034>
- Wang, Z., Hsieh, T.-S., & Sarkis, J. (2018). CSR Performance and the Readability of CSR Reports: Too Good to be True?: CSR Performance and the Readability of CSR Reports. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(1), 66–79. <https://doi.org/10.1002/csr.1440>
- Watson, L. (2015). Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Earnings Performance. *The Journal of the American Taxation Association*, 37(2), 1–21. <https://doi.org/10.2308/atax-51022>
- Wegener, Matt, Elayan, F. A., Felton, S., & Li, J. (2013). Factors Influencing Corporate Environmental Disclosures. *Accounting Perspectives*, 12(1), 53–73. <https://doi.org/10.1111/1911-3838.12007>
- Wegener, Matthew, Labelle, R., & Jerman, L. (2019). Unpacking carbon accounting numbers: A study of the commensurability and comparability of corporate

- greenhouse gas emission disclosures. *Journal of Cleaner Production*, 211, 652–664. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.11.156>
- Widiarto Sutantoputra, A. (2009). Social disclosure rating system for assessing firms' CSR reports. *Corporate Communications: An International Journal*, 14(1), 34–48. <https://doi.org/10.1108/13563280910931063>
- Williams, O. F. (2014). The United Nations Global Compact: What Did It Promise? *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2219-3>
- Willis, A. (2003). The Role of the Global Reporting Initiative's Sustainability Reporting Guidelines in the Social Screening of Investments. *Journal of Business Ethics*, 43(3), 233–237.
- Willis, A., Campagnoni, P., & Gee, W. (2015). *An Evolving Corporate Reporting Landscape A BRIEFING ON SUSTAINABILITY REPORTING, INTEGRATED REPORTING AND ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORTING*.
- Wilmshurst, T. D., & Frost, G. R. (2000). Corporate environmental reporting: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13(1), 10–26. <https://doi.org/10.1108/09513570010316126>
- Wong, M. H. F., & Zhang, X. F. (2014). CEO Optimism and Analyst Forecast Bias. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 29(3), 367–392. <https://doi.org/10.1177/0148558X14536185>
- Wong, R., & Millington, A. (2014). Corporate social disclosures: A user perspective on assurance. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 27(5), 863–887. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-06-2013-1389>
- World Health Organization. (2018). *WORLD HEALTH STATISTICS 2018: Monitoring health for the sdgs, sustainable development goals*. WORLD HEALTH ORGANIZATION.
- Xiao, X., & Shailer, G. (2017). *Factors Affecting Credibility Perceptions Of Sustainability Reports*. European Accounting Association Congress, Valencia, Spain.
- Xu, X. D., Zeng, S. X., & Tam, C. M. (2012). Stock Market's Reaction to Disclosure of Environmental Violations: Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 107(2), 227–237. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1035-2>

- Yan, B., Aerts, W., & Thewissen, J. (2019). The informativeness of impression management – financial analysts and rhetorical style of CEO letters. *Pacific Accounting Review*, PAR-09-2017-0063. <https://doi.org/10.1108/PAR-09-2017-0063>
- Zahra, S. A., & Pearce, J. A. (1989). Boards of Directors and Corporate Financial Performance: A Review and Integrative Model. *Journal of Management*, 15(2), 291–334. <https://doi.org/10.1177/014920638901500208>
- Zeng, T. (2016). Corporate Social Responsibility, Tax Aggressiveness, and Firm Market Value. *Accounting Perspectives*, 15(1), 7–30. <https://doi.org/10.1111/1911-3838.12090>
- Zorio, A., García-Benau, M. A., & Sierra, L. (2013). Sustainability Development and the Quality of Assurance Reports: Empirical Evidence: Sustainability Development and the Quality of Assurance Reports. *Business Strategy and the Environment*, 22(7), 484–500. <https://doi.org/10.1002/bse.1764>
- Zucker, L. G. (1987). Institutional Theories of Organization. *Annual Review of Sociology*, 13(1), 443–464. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.13.080187.002303>

ANNEXE 1

LA THÉORIE DES PARTIES PRENANTES ET LA DIVULGATION VOLONTAIRE D'INFORMATION SOCIÉTALE

Les différentes branches de la théorie des parties prenantes sont présentées dans cette annexe. Selon Deegan et Unerman (2011) et Parmar *et al.* (2010), les parties prenantes se divisent en deux catégories : les parties prenantes primaires et secondaires. Les parties prenantes primaires sont essentielles à la survie des entreprises, tandis que les parties prenantes secondaires exercent une influence ou sont influencées par les entreprises, mais dans une moindre mesure (Deegan et Unerman, 2011; Parmar *et al.*, 2010). Cette relation est bidirectionnelle et considère les intérêts des différentes parties (Donaldson et Preston, 1995). Ainsi, l'identification d'intérêts communs peut permettre d'assurer la survie à long terme des entreprises et le bien-être des parties prenantes (Freeman et McVea, 2001; Parmar *et al.*, 2010).

Branches de la théorie des parties prenantes	Définition	Travaux antérieurs
Branche éthique	La branche éthique de la théorie des parties prenantes est dite normative ou morale (Deegan et Unerman, 2011). Selon cette perspective, toutes les parties prenantes ont la même importance et possèdent des droits qui doivent être respectés (Deegan et Unerman, 2011; Donaldson et Preston, 1995). Ainsi, les entreprises sont contraintes à répondre	À ce jour, cette branche de la théorie des parties prenantes demeure peu appuyée par la littérature sur la divulgation d'information sociétale, en raison de la difficulté à mesurer la moralité (Deegan et Unerman, 2011; Linz et Traxler, 2017). Malgré cette difficulté, Linz et Traxler (2017) notent, à l'aide d'un questionnaire adressé à 145 entreprises provenant de l'Autriche, de l'Allemagne et de la Suisse, que celles-ci s'adonnent à des efforts en responsabilité sociétale par obligation morale envers leurs parties prenantes. Au contraire, d'autres études démontrent que le reporting sociétal est plutôt une communication orientée vers l'image organisationnelle qu'un discours moral avec les parties prenantes (Freundlieb, Gräuler et Teuteberg, 2014; Joseph, 2012; Reynolds et Yuthas, 2008; Spence, 2009). Dans cette

	aux besoins des parties prenantes par obligation morale (Maltby, 1997).	perspective, le reporting sociétal volontaire semble davantage s'orienter vers les intérêts de certaines parties prenantes, plutôt que vers l'engagement moral à l'endroit de la société dans son ensemble.
Branche managériale	<p>La seconde branche de la théorie des parties prenantes est managériale et dite positive (Deegan et Unerman, 2011). Dans cette perspective, la relation entre l'entreprise et les parties prenantes forme les structures et les activités des entreprises (Donaldson et Preston, 1995). Comparativement à la branche éthique, c'est le pouvoir et l'influence des parties prenantes qui déterminent les besoins et les demandes que satisfont les entreprises (Chung et Cho, 2018; Deegan et Unerman, 2011; Islam et Deegan, 2008; Kaur et Lodhia, 2018; Kent et Zunker, 2017; Linz et Traxler, 2017). Ainsi, toutes les parties prenantes ne sont pas égales et certains groupes ou individus sont priorisés (Deegan et Unerman, 2011; Donaldson et Preston, 1995).</p>	<p>Les travaux antérieurs indiquent que les entreprises choisissent de répondre aux besoins informationnels des parties prenantes jugées les plus importantes (Arvidsson, 2010; Herremans <i>et al.</i>, 2016; Islam et Deegan, 2008). Par exemple, Islam et Deegan (2008) notent que les entreprises du Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association répondent aux besoins des parties prenantes qui ont du pouvoir. De même, selon Fernandez-Feijoo <i>et al.</i> (2014b) et Crifo <i>et al.</i> (2019), les employés, les investisseurs et les administrateurs exercent une plus grande pression sur les entreprises pour qu'elles divulguent. En conséquence, la divulgation d'information à caractère sociétal semble orientée vers les groupes qui ont de l'influence (Depoers <i>et al.</i>, 2016; Dobbs & van Staden, 2016; Herremans <i>et al.</i>, 2016; Islam & Deegan, 2008; Srivastava & Shree, 2019).</p> <p>Le choix de divulguer peut aussi être motivé par les besoins stratégiques des entreprises. Herremans <i>et al.</i> (2016), à l'aide d'entrevues avec douze entreprises canadiennes, notent que l'information sociétale est divulguée pour accéder aux marchés, par souci d'apprentissage organisationnel ou pour être accepté par les parties prenantes. Dans cette logique, une entreprise qui priorise l'accès au marché sera préoccupée par les investisseurs et adaptera ses divulgations sociétales aux besoins de ceux-ci (Herremans <i>et al.</i>, 2016), tandis qu'une entreprise où les employés détiennent une part importante de l'actionnariat présentera plus de divulgations au sujet des employés (Kent et Zunker, 2017). Néanmoins, les comportements orientés vers les parties influentes peuvent nuire aux qualités de l'information sociétale, puisqu'il se peut que les entreprises omettent certaines informations afin de satisfaire les intérêts d'un groupe jugé plus important (Depoers <i>et al.</i>, 2016; Herremans <i>et al.</i>, 2016). Toutefois, les qualités de l'information ne sont pas l'objet d'étude de la théorie des parties prenantes.</p>

ANNEXE 2

LA THÉORIE DE LA LÉGITIMITÉ ET LA DIVULGATION VOLONTAIRE D'INFORMATION SOCIÉTALE

Dynamiques comportementales	Définition et travaux antérieurs
Pragmatique	<p>La légitimité pragmatique est une dynamique comportementale fondée sur les échanges d'information entre une entreprise et ses parties prenantes qui permettent d'influencer la perception de celles-ci (Suchman, 1995). Dans cette perspective, l'entreprise agit pour son propre intérêt et peut faire usage de l'information partagée afin d'être perçue comme respectant les normes et les valeurs socialement acceptées (Bebbington <i>et al.</i>, 2014; Dowling et Pfeffer, 1975; Suchman, 1995). Cependant, il se peut que l'information divulguée ne soit pas représentative des comportements réels, puisque l'objectif est d'influencer la perception de l'image de l'entreprise (Baker et Schaltegger, 2015; Cormier et Gordon, 2001; Cormier <i>et al.</i>, 2004; Deegan, 2002; Wilmshurst et Frost, 2000).</p>
Morale	<p>La légitimité morale est une dynamique comportementale fondée sur les croyances qui reflètent les valeurs des parties prenantes (Suchman, 1995). Elle se base donc sur une évaluation faite par l'entreprise de ce qui est « la bonne chose à faire » ou ce qui est « bien et souhaitable » (Bebbington <i>et al.</i>, 2014; Suchman, 1995). Dans cette logique, les entreprises qui divulguent de l'information sociétale le font par souci pour leurs parties prenantes. Cependant, il se peut que certaines techniques et procédures soient adoptées de manière symbolique par les entreprises (Ashforth et Gibbs, 1990; Hyatt et Berente, 2017; Michelon <i>et al.</i>, 2015).</p>
Cognitive	<p>Pour sa part, la légitimité cognitive se fonde sur la perception du message véhiculé par une entreprise (Suchman, 1995). Elle se base donc sur le contrat social et les attentes des parties prenantes, où celles-ci établissent des prévisions quant aux activités et aux comportements des entreprises (Bebbington <i>et al.</i>, 2014; Suchman, 1995). Dans cette logique, les entreprises divulguent volontairement de l'information sociétale afin de respecter le contrat social conclu avec les parties prenantes (Dyduch et Krasodomska, 2017; Patten, 1991). Il existe néanmoins peu d'études s'intéressant à la légitimité cognitive.</p>

ANNEXE 3

LA THÉORIE NÉO INSTITUTIONNELLE ET LA DIVULGATION VOLONTAIRE D'INFORMATION SOCIÉTALE

Formes d'isomorphisme	Définition et travaux antérieurs
Coercitif	<p>La première forme d'isomorphisme définie par DiMaggio et Powell (1983) est coercitive et considère l'influence potentielle de la politique sur la légitimité (DiMaggio et Powell, 1983). Les pressions politiques imposées aux entreprises peuvent être formelles ou informelles et provenir de normes réglementaires, des parties prenantes ou d'autres entreprises (Powell et DiMaggio, 1991). Celles-ci incitent alors les entreprises à se conformer et à se transformer, ce qui explique pourquoi les structures et les comportements des entreprises deviennent similaires et homogènes (Deegan et Unerman, 2011). En plus des pressions imposées par les parties prenantes, le contexte géographique peut aussi exercer une influence sur les forces coercitives ressenties par les entreprises (Aerts <i>et al.</i>, 2006; Brown <i>et al.</i>, 2018; Chen et Bouvain, 2009; Perrault Crawford et Clark Williams, 2010).</p> <p>Dans un contexte du reporting sociétal, des études comparatives de différents pays démontrent que les entreprises américaines sont moins impliquées dans la divulgation sociétale que les entreprises européennes (Brown <i>et al.</i>, 2018; Chen et Bouvain, 2009; Crawford et Williams, 2010). En effet, les pressions imposées par les gouvernements et les politiques formelles européennes semblent mener à l'adoption de structures similaires; or, aux États-Unis, il s'agit plutôt d'un choix ou de pressions sociales informelles (Brown <i>et al.</i>, 2018; Chen et Bouvain, 2009; Crawford et Williams, 2010).</p>
Mimétique	<p>La seconde forme d'isomorphisme définie par DiMaggio et Powell (1983) est l'isomorphisme mimétique. En présence d'incertitude, les entreprises tendent à imiter leurs pairs qu'elles considèrent comme des modèles et que les parties prenantes jugent légitimes (DiMaggio et Powell, 1983).</p> <p>Cette tendance vers l'imitation semble se présenter dans le contexte du reporting sociétal volontaire par l'adoption de structures reconnues (de Villiers et alexander, 2014; Islam et Deegan, 2008; Luo <i>et al.</i>, 2012). Par exemple, De Villiers et alexander (2014) notent, à l'aide d'un échantillon de l'Australie et de l'Afrique du Sud, que les entreprises adoptent de manière volontaire les structures réglementaires d'autres pays et les initiatives volontaires internationales. Cette forme d'imitation semble issue de pressions informelles des parties prenantes qui désirent être associées à des structures légitimes (Berrone, Fosfuri et Gelabert, 2015; del Mar Alonso-Almeida <i>et al.</i>, 2014; Islam et Deegan, 2008; Luo <i>et al.</i>, 2012; Searcy et Buslovich, 2014; Wijethilake, Munir et Appuhami, 2017). De même, les entreprises tendent à imiter les membres de leur industrie lorsque ceux-ci sont</p>

	<p>soumis à de fortes pressions des parties prenantes (Aerts <i>et al.</i>, 2006; Cormier et Gomez-Gutierrez, 2018; de Villiers et alexander, 2014; Ferguson <i>et al.</i>, 2016). Bref, les entreprises semblent adopter ce qu'elles considèrent comme les meilleures pratiques de l'industrie (de Villiers et alexander, 2014; Wijethilake <i>et al.</i>, 2017).</p> <p>Malgré le mimétisme des structures volontaires et de l'industrie, il se peut que l'information ne soit pas pertinente pour les parties prenantes (Keerasuntonpong et Cordery, 2016; Kolk <i>et al.</i>, 2008). En effet, les cadres référentiels peuvent être adoptés de manière symbolique pour que l'entreprise soit perçue comme légitime (Deegan et Unerman, 2011; Hyatt et Berente, 2017), ce qui peut nuire aux qualités de l'information sociétale divulguée (Bansal et Clelland, 2004; Diouf et Boiral, 2017; Talbot et Boiral, 2018). Ainsi, l'imitation ne mène pas nécessairement au succès, mais plutôt à une apparence de succès comparable aux autres entreprises.</p>
Normatif	<p>La troisième et dernière forme d'isomorphisme que définissent DiMaggio et Powell (1983) est normative. Elle est associée à la professionnalisation provenant de l'éducation formelle et de la légitimation des réseaux professionnels qui modifient les modèles d'entreprises. De manière générale, les gestionnaires possèdent une éducation formelle et sont membres d'associations ou de groupes professionnels (DiMaggio et Powell, 1983). Ces parcours les mènent alors à adopter des comportements similaires dans leur prise de décisions, ce qui se répercute sur les structures et les pratiques qui tendent à s'homogénéiser. Par exemple, selon De Villiers et alexander (2014), les entreprises adoptent les référentiels de la GRI en raison des influences normatives liées aux professionnels comptables et aux consultants. Il existe néanmoins peu d'études s'intéressant particulièrement à l'isomorphisme normatif de la divulgation d'information à caractère sociétal.</p>

ANNEXE 4

LA GESTION DES IMPRESSIONS ET LA DIVULGATION D'INFORMATION À CARACTÈRE SOCIÉTAL

Auteurs	Pays	Taille de l'échantillon	Narratif analysé	Variables dépendantes	Mesures utilisées	Variables indépendantes	Résultats	Stratégie de gestion des impressions utilisées
Neu <i>et al.</i> (1998)	Canada	330 observations, 33 organisations (1982-1991)	Rapports annuels	Niveau de divulgation environnementale dans le rapport annuel	Nombre de mots liés à des activités environnementales	Financial stakeholder concerns, regulatory actions, environmentalists criticisms, societal concerns, other social disclosures, size	financial stakeholder concerns and regulatory action associated with higher level of environmental disclosure. Environmentalists criticisms associated with a lower level of disclosure. Potentielle utilisation de langage positif et obfuscation de l'information négative	Manipulations de la lisibilité, manipulations de la rhétorique
Hooghiemstra (2000)	n.a.	Étude de cas de deux déversements de Shell/Royal Dutch	Communications de l'entreprise	n.a.	n.a.	n.a.	Lors du premier déversement, l'entreprise a tenté de protéger son image en rationalisant ses actions et en assurant la conformité aux normes établies.	Manipulations de la rhétorique

Auteurs	Pays	Taille de l'échantillon	Narratif analysé	Variables dépendantes	Mesures utilisées	Variables indépendantes	Résultats	Stratégie de gestion des impressions utilisées
Higginson, Simmons et Warsame (2006)	Canada	10 organisations dans l'industrie forestière (1999-2001) ayant subi des pressions des ONG environnementales	divulgations environnementales dans les rapports annuels	quantité de divulgations environnementales qualité des divulgations environnementales	Nombre de phrases Analyse de contenu	Facteurs économiques, litiges, réduction de la pollution, autres efforts environnementaux	Les coalitions avec les ONG ont mené à une augmentation de des divulgations environnementales, ce qui est à l'opposé de la gestion des impressions	n.a.
Aerts et Cormier (2009)	Canada et États-Unis	158 organisations 2002	Rapports annuels	légitimité environnementale	Couverture médiatique, articles de journaux, utilisation du coefficient Janis-Fadner	Industries sensibles, leverage, rendement des actifs, visibilité des nouvelles environnementales, performance environnementale, pays	Association significative entre l'étendue des divulgations environnementales et les communiqués de presse réactifs et la légitimité médiatique. La légitimité négative entraîne la parution de communiqués de presse, mais pas de divulgations.	Manipulation de la rhétorique, manipulations de la thématique
Solomon <i>et al.</i> (2013)	Royaume-Uni	20 entrevues avec des investisseurs institutionnels (2007-2008)	Entrevues	n.a.	n.a.	n.a.	Présence de gestion des impressions dans le secteur privé, création de vérités acceptables.	Manipulation de la rhétorique, manipulations de la thématique

Auteurs	Pays	Taille de l'échantillon	Narratif analysé	Variables dépendantes	Mesures utilisées	Variables indépendantes	Résultats	Stratégie de gestion des impressions utilisées
Barkemeyer <i>et al.</i> (2014)	Mondial	548 lettres du PDG dans les rapports sociétaux et les rapports financiers (2001-2010)	Lettres du PDG	n.a.	Diction (activité, optimisme, certitude, réalisme, similarité et positivité)	n.a.	au fil des années, il y a eu une croissance de l'optimisme, de la certitude et de la lisibilité, ce qui indique l'utilisation de stratégies de gestion des impressions. Malgré les outils de divulgations, pas de maturation	Manipulations de la lisibilité, manipulations de la rhétorique
Sandberg et Holmlund (2015)	n.a.	2 rapports sociétaux	Rapports sociétaux	n.a.	n.a.	n.a.	identification de huit stratégies de gestion des impressions dans (1) la présentation des actions : description, se vanter, admission des torts, défense des actions; (2) style narratif : subjectif, positif, vague, émotionnel	manipulations de la lisibilité, manipulations de la thématique, manipulations de la rhétorique, attributions de la performance

Auteurs	Pays	Taille de l'échantillon	Narratif analysé	Variables dépendantes	Mesures utilisées	Variables indépendantes	Résultats	Stratégie de gestion des impressions utilisées
Talbot et Boiral (2015)	Canada	10 études de cas, émetteurs industriels, entrevues avec 32 spécialistes en environnements (2010-2012)	Documents de l'entreprise, entrevues	n.a.	Analyse de classification dans QDA Miner	n.a.	Identification de six techniques de neutralisation : réclamer l'excellence, promotion d'une vision systémique, déni et minimisation, dénoncer le traitement inéquitable et les apparences trompeuses, chantage économique ou technologique, blâmer les autres	Manipulations de la rhétorique, manipulations de la thématique, attributions de la performance
Tata et Prasad (2015)	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	propose que l'incongruence entre une entreprise et l'image socialement responsable désirée ou souhaitable motive les entreprises à diminuer l'incongruence par la divulgation d'information sociétale. Les modèles de divulgations notés sont : anticipation-	Manipulations de la rhétorique, manipulations visuelles et structurelles, attributions de la performance

Auteurs	Pays	Taille de l'échantillon	Narratif analysé	Variables dépendantes	Mesures utilisées	Variables indépendantes	Résultats	Stratégie de gestion des impressions utilisées
							réaction, assertif-protecteur, direct-indirect, renforcement-correction de l'image	
Boiral (2016)	Mondial	148 rapports sociétaux selon le référentiel de la GRI dans l'industrie minière (2008-2010)	Rapports sociétaux	n.a.	Analyse de contenu de l'information sur la biodiversité	n.a.	Plusieurs techniques de neutralisation utilisées: justifications des impacts sur la biodiversité, réclamer impact net positif ou neutre, déni des impacts négatifs, se distancer des impacts, dilution des impacts. Une autre technique est la dramatisation de l'engagement envers la biodiversité	Manipulations de la rhétorique

Auteurs	Pays	Taille de l'échantillon	Narratif analysé	Variables dépendantes	Mesures utilisées	Variables indépendantes	Résultats	Stratégie de gestion des impressions utilisées
Diouf et Boiral (2017)	Canada	33 entrevues semi-structurées	Entrevues	n.a.	n.a.	n.a.	Utilisation de plusieurs stratégies de gestion des impressions, manque d'équilibre, de pertinence, de précision, de clarté, de fiabilité et de comparabilité	Manipulations de la rhétorique, manipulations de la thématique, manipulations de la lisibilité
du Toit (2017)	Afrique du Sud	223 rapports sociétaux intégrés (2015), 237 (2016) listés sur le Johannesburg Stock Exchange	Rapports sociétaux	lisibilité	Flesch Reading Ease, Flesch-Kincaid Grade Level, Gunning Fog	n.a.	le langage utilisé est complexe et la lisibilité est difficile	Manipulations de la lisibilité
Hyatt et Berente (2017)	Mondial	214 gestionnaires de la chaîne d'approvisionnement	questionnaires aux gestionnaires de la chaîne d'approvisionnement	Stratégies environnementales substantielles ou symboliques	Questionnaires	pressions des parties prenantes internes et externes	les pressions des parties prenantes externes mènent surtout à une réponse symbolique, tandis que les pressions internes mènent à des activités substantielles	Manipulations de la rhétorique
Melloni <i>et al.</i> (2017)	Mondial	148 rapports sociétaux selon le référentiel de l'IIRC, 74	Rapports sociétaux	Concision de l'information Exhaustivité, neutralité	Indice Gunning Fog Bloomberg ESG disclosure	performance financière, performance sociétale,	Les divulgations sociétales sont plus longues, plus optimistes et moins lisibles lorsque la	Manipulations de la lisibilité

Auteurs	Pays	Taille de l'échantillon	Narratif analysé	Variables dépendantes	Mesures utilisées	Variables indépendantes	Résultats	Stratégie de gestion des impressions utilisées
		organisations, 2013-2014			score, DICTION	performance gouvernementale	performance est faible	
Nazari <i>et al.</i> (2017)	États-Unis	1180 observations de 2008-2013, index S&P 500 index	Rapports sociétaux	Lisibilité	Flesch Reading Ease, Flesch-Kincaid Grade Level, Smog index, Fog index, Coleman Liau, Automated Readability, moyenne de tous ces indices	Performance sociétale	Faible performance sociétale est associée à une faible lisibilité. La longueur des divulgations sociétales est associée à plus de transparence	Manipulations de la lisibilité
Carlos et Lewis (2018)	Mondial	1486 observations, 276 organisations qui obtiennent certification du Dow Jones Sustainability Index (DJSI) (1999-2014)	Rapports annuels, rapports sociétaux, communiquées de presse	mentions de la certification	mentions du DJSI dans les communications de l'entreprise	Menaces à la réputation, réputation de l'organisations, légitimité de la certification	Lorsqu'il y a des menaces à la réputation, les organisations publicisent moins la certification. Les entreprises tentent d'Éviter de sembler hypocrite, surtout lorsqu'elles ont une bonne réputation	Manipulations de la rhétorique

Auteurs	Pays	Taille de l'échantillon	Narratif analysé	Variables dépendantes	Mesures utilisées	Variables indépendantes	Résultats	Stratégie de gestion des impressions utilisées
Chung et Cho (2018)	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	Revue de la littérature	n.a.	la gestion des impressions n'est pas toujours équivalente à de fausses informations, il s'agit plutôt d'influencer la perception du public	n.a.
Haller <i>et al.</i> (2018)	Allemagne, Italie, Royaume-Unis, Afrique du Sud	191 entreprises qui utilisent le référentiel de la GRI disponibles au 31 janvier 2013	Rapports sociétaux	n.a.	n.a.	n.a.	l'information à valeur ajoutée manque de concision, de comparabilité et de compréhensibilité. L'information n'est pas vérifiable et présentation d'information compromise	Manipulations de la lisibilité
Kanbaty <i>et al.</i> (2018)	États-Unis	147 rapports sociétaux (2015)	Rapports sociétaux	niveau de stratégie de sélectivité des divulgations sociales et environnementales comparaison de la stratégie de divulgations sociales et environnementales Image et texte social et environnementale	nombre d'indicateurs de performance favorables sur la performance sociale et environnementale total des indicateurs de performance favorable	Qualité de l'information sociétal (Sustainability disclosure score de Bloomberg)	Les infographiques sont plus présents dans les industries sensibles pour légitimiser leurs activités. Les infographiques présentées sont des graphiques, des illustrations, des annotations narratives et sont surtout utilisés pour la divulgation	Manipulations de la rhétorique, manipulations de la thématique, manipulations visuelles et structurelles

Auteurs	Pays	Taille de l'échantillon	Narratif analysé	Variables dépendantes	Mesures utilisées	Variables indépendantes	Résultats	Stratégie de gestion des impressions utilisées
					comparer aux indicateurs sociaux et environnementaux nombre d'indicateurs de performance favorables dans l'image et dans le texte		d'information environnementale. Les stratégies de gestion des impressions : sélectivité pour présenter une image favorable, accent visuel sur l'information favorable	
Talbot et Boiral (2018)	Mondial	105 observations, 21 entreprises du secteur de l'énergie qui présentent du reporting sociétal selon le référentiel de la GRI A et A+ (2009-2013)	Rapports sociétaux	n.a.	Analyse de contenu de l'information sur le climat	n.a.	Les stratégies de gestion des impressions notées sont : 1. Divulgence d'information non-conforme (incertitude relatives aux mesures et calculs, information incomplète ou non représentative, manque d'information, évolution des pratiques de divulgation), 2. légitimation des aspects négatifs par la neutralisation (minimiser l'impact	Manipulations de la rhétorique, manipulations de la thématique, Choix des chiffres présentés

Auteurs	Pays	Taille de l'échantillon	Narratif analysé	Variables dépendantes	Mesures utilisées	Variables indépendantes	Résultats	Stratégie de gestion des impressions utilisées
							des émissions non mesurées, excuses et engagements futurs), 3. Obfuscation des aspects négatifs et renforcement des aspects positifs (omission stratégique, manipulation des chiffres)	
Nik Ahmad et Hossain (2019)	Malaisie	200 rapports, 79 de ceux-ci ayant des divulgations sur les changements climatiques	Rapports annuels	n.a.	Analyse de contenu de l'information sur les changements climatiques	n.a.	les manipulations de la rhétorique et la sélectivité de l'information sont plus utilisés et les organisations tentent d'être perçues comme étant socialement responsables en divulgant de bonnes nouvelles et des divulgations qui manquent de spécificité	Manipulations de la rhétorique, manipulations de la thématique

Auteurs	Pays	Taille de l'échantillon	Narratif analysé	Variables dépendantes	Mesures utilisées	Variables indépendantes	Résultats	Stratégie de gestion des impressions utilisées
Chelli <i>et al.</i> (2019)	France	Étude de cas, discours environnemental de ENGIE (2001-2015)	Rapports annuels et rapports sociétaux	n.a.	n.a.	n.a.	Identification de plusieurs stratégies de légitimation sont identifiées et une tendance à unifier ces stratégies symboliques pour donner l'apparence d'être une entreprise socialement responsable dans un contexte médiatique où l'entreprise est fortement critiquée	Manipulations de la rhétorique, manipulations de la thématique, Manipulations visuelles et structurelles
Chong <i>et al.</i> (2019)	Nouvelle-Zélande	70 entreprises, rapports annuels de 2005, 2010, 2015, le nombre photos examinées est de 4933	Rapports annuels	n.a.	Analyse de contenu et catégorisation des photos	n.a.	Le nombre de photos liées à la RSE s'est accru au fil des années. Les photos ont un pouvoir visuel et transmettent un message positif.	Manipulations visuelles et structurelles
Demir et Min (2019)	Mondial	15 entreprises pharmaceutiques	Rapports sociétaux	n.a.	Qualité SASB - CSR sustainability monitor	n.a.	l'information produites dans l'industrie pharmaceutique est plus compréhensible et détaillée, mais il y a peu de divulgations sur la matérialité	n.a.

Auteurs	Pays	Taille de l'échantillon	Narratif analysé	Variables dépendantes	Mesures utilisées	Variables indépendantes	Résultats	Stratégie de gestion des impressions utilisées
Fisher <i>et al.</i> (2019)	Australie et Nouvelle-Zélande	150 entreprises, 300 rapports annuels (2008-2009)	Rapports annuels et rapports sociétaux distincts	Ton des divulgations Lisibilité	Diction (activité, optimisme, certitude, réalisme, similarité et positivité) Flesch-Kincaid, SMOG, Fog	Performance financière, performance sociétale	Lettre du président du conseil d'administration et dans le rapport sociétal ont un haut niveau de positivité, d'optimisme et de réalisme. Les rapports sociétaux ont un plus haut niveau d'activité. Les rapports sociétaux sont plus lisibles que les rapports annuels, mais la lisibilité demeure un problème. La certitude est liée négativement à la lisibilité, mais le réalisme est lié positivement à la lisibilité. Utilisation de la lisibilité afin d'obfusquer les événements négatifs	Manipulations de la lisibilité, Manipulations de la thématique

Auteurs	Pays	Taille de l'échantillon	Narratif analysé	Variables dépendantes	Mesures utilisées	Variables indépendantes	Résultats	Stratégie de gestion des impressions utilisées
García-Sánchez <i>et al.</i> (2019)	International	273 observations (2006-2014)	Rapports sociétaux	Équilibre Clarté et concision Comparabilité Fidélité	Optimisme (mots positifs et négatifs) ln(nombre de pages dans le rapport) Évolution et suivi des données Assurance de l'information sociétale ou non	Ratio de femmes siégeant sur le conseil d'administration, taille, leverage, recherche et développement, profitabilité, ventes, taille du conseil d'administration, IFRS, industrie, année, pays	Le pourcentage de femmes siégeant au conseil d'administration est associé à moins de gestion des impressions et associé; positivement avec l'information équilibrée, comparable et fiable, mais l'information est moins concise et moins claire	Manipulations de la lisibilité
Hummel <i>et al.</i> (2019)	Europe	122 organisations qui obtiennent de l'assurance de l'information sociétale	Rapports d'assurance de l'information sociétale	Profondeur et étendue de l'assurance de l'information sociétale	Analyse de contenu	Performance sociétale, fournisseurs d'assurance, industrie, pays	Relation négative en la performance sociétale et profondeur du processus d'assurance, puisque les entreprises qui ont une faible performance sociétale recherchent la crédibilité par l'assurance. Lien positif entre l'étendue de l'information sociétale et la profession comptable	n.a.

Auteurs	Pays	Taille de l'échantillon	Narratif analysé	Variables dépendantes	Mesures utilisées	Variables indépendantes	Résultats	Stratégie de gestion des impressions utilisées
Li et Haque (2019)	Taiwan	50 observations (rapports sociétaux (2009-2013), 7 entrevues avec des dirigeants, 7 discours par les dirigeants	Rapports sociétaux, discours, entrevues	n.a.	Système ANTCONC pour l'analyse de concordance	n.a.	Lors d'accidents impliquant des employés, les entreprises tentent de conserver leur légitimité à l'aide de divulgation sur les employés. Les manipulations de la rhétorique sont plus fréquentes dans le langage parlé plutôt qu'écrit.	Manipulations de la rhétorique

ANNEXE 5

REVUE DE LA LITTÉRATURE SUR LA GOUVERNANCE ET LE REPORTING SOCIÉTAL PAR RAO ET TILT (2016, P. 338)

Auteurs	Objectif	Méthodologie	Variable des attributs de la gouvernance	Relation avec le reporting sociétal
Haniffa et Cooke (2005)	Examiner l'impact de la culture et de la gouvernance sur la divulgation sociétale des entreprises en Malaisie	Quantitative (régression)	Non-exécutif	Négative
			Le président du conseil d'administration est administrateur de plusieurs entreprises	Positive
			Intérêts étrangers	Positive
Barako et Brown (2008)	Examiner l'influence de la représentation du conseil d'administration sur le reporting sociétal au Kenya	Quantitative (régression)	Présence de femmes au conseil d'administration	Positive
			Indépendance	Positive
			Intérêts étrangers	Non significative
Htay, Rashid, Adnan et Meera (2012)	Effet de la gouvernance sur la divulgation sociale et environnementale en Malaisie	Quantitative (régression)	Taille du conseil d'administration	Négative
			Indépendance	Positive
			Actionnariat des administrateurs	Positive
			Contrôle institutionnel	Négative

Lorenzo, Sanchez et Gallego-Alvarez (2009)	Examiner le lien entre les caractéristiques du conseil d'administration et le reporting sociétal	Quantitative (régression)	Indépendance	Positive
			Diversité	Positive
			Activité du conseil	Non significative
			Réputation du président du conseil d'administration	Non significative
Said, Zainuddin et Haron (2009)	Examiner la relation entre les caractéristiques de la gouvernance et la divulgation sociétale en Malaisie	Quantitative (régression)	Taille du conseil d'administration	Non significative
			Comité d'audit	Positive
			Intérêts gouvernementaux	Positive
			Dualité du PDG	Non significative
Khan (2010)	Examiner les effets potentiels d'éléments de gouvernance sur la divulgation sociétale au Bangladesh	Quantitative (régression)	Présence de femmes au conseil d'administration	Non significative
			Non-exécutif	Positive
			Intérêts étrangers	Positive
Ghazali (2007)	Examiner l'influence de la structure actionnariale sur le reporting sociétal en Malaisie	Quantitative	Actionnariat des administrateurs	Négative

Fernandez-Feijoo, Romero et Ruiz (2012)	Examiner l'effet de la composition hommes-femmes au conseil d'administration sur le reporting sociétal dans 22 pays inclus dans un rapport de KPMG	Quantitative	Composition hommes-femmes	Positive
Chen et Van Staden (2010)	Examiner la relation entre la gouvernance et la qualité des divulgations sur l'information environnementale en Chine	Quantitative (régression)	Fréquence des réunions des directeurs	Positive
			Indépendance	Positive
Rao, Tilt et Lester (2012)	Examiner la relation entre les attributs de la gouvernance et le reporting environnemental en Australie	Quantitative (régression)	Indépendance	Positive
			Contrôle institutionnel	Positive
			Présence de femmes au conseil d'administration	Positive
			Taille du conseil d'administration	Positive
Prado-Lorenzo et Garcia-Sanchez (2010)	Examiner le rôle du conseil d'administration sur la divulgation d'information sur les gaz à effet de serre	Quantitative	Indépendance	Non significative
			Diversité	Non significative

Kent et Monem (2008)	Expliquer pourquoi les entreprises adoptent le reporting TBL en Australie	Quantitative (régression)	Réunion du comité d'audit	Positive
			Comité en développement durable et en environnement	Positive
Donnelly et Mulcahy (2008)	Examiner la relation entre la gouvernance et la divulgation volontaire en Irlande	Quantitative	Non-exécutif	Positive
			Président non exécutif	Positive
			Distribution du contrôle	Non significative
Eng et Mak (2003)	Examiner l'incidence de la composition du conseil d'administration sur la divulgation volontaire à Singapour	Quantitative (régression)	Indépendance	Négative
			Actionnariat des administrateurs	Négative
Ho et Wong (2001)	Examiner la relation entre la structure de gouvernance et l'étendue de la divulgation volontaire à Hong Kong	Quantitative (régression)	Indépendance	Non significative
			Comité d'audit	Positive
			Dualité du PDG	Non significative

			Membre du conseil d'administration avec un lien familial	Négative
Chau et Gray (2010)	Examiner la relation entre la structure de gouvernance et l'étendue de la divulgation volontaire à Hong Kong	Quantitative (régression)	Contrôle actionnarial familial	Positive
			Président du conseil d'administration indépendant	Positive
Cheng et Courtenay (2006)	Examiner l'association entre les attributs du conseil d'administration et le niveau de divulgation volontaire à Singapour	Quantitative (régression)	Taille du conseil d'administration	Non significative
			Dualité du PDG	Non significative
			Indépendance	Positive
Huafang et Jianguo (2007)	Examiner l'effet de la composition du conseil d'administration sur la divulgation volontaire en Chine	Quantitative (régression)	Distribution du contrôle	Positive
			Indépendance	Positive
			Dualité du PDG	Négative

Amran, Lee et Devi (2013)	Examiner le rôle du conseil d'administration sur la qualité du reporting sociétal dans la région Asie-Pacifique	Quantitative (régression)	Taille du conseil d'administration	Non significative
			Indépendance	Non significative
			Présence de femmes au conseil d'administration	Non significative
Jizi, Salama, Dixon et Stratling (2013)	Examiner le rôle du conseil d'administration sur la qualité de la divulgation sociétale aux États-Unis	Quantitative (régression)	Taille du conseil d'administration	Positive
			Indépendance	Positive
			Dualité du PDG	Positive
Liao, Luo et Tang (2014)	Examiner l'impact des caractéristiques du conseil d'administration sur la divulgation volontaire sur les gaz à effet de serre au Royaume-Uni	Quantitative (régression)	Présence de femmes au conseil d'administration	Positive
			Indépendance	Positive

Traduction libre de Rao et Tilt (2016, p. 338) Table 3 Empirical studies on the effects of board attributes on various types of disclosure, including Corporate Social Responsibility Reporting (CSRR).

ANNEXE 6

LES ÉTUDES CANADIENNES LIÉES AU REPORTING SOCIÉTAL

Auteurs	Objectif de l'étude	Méthodologie	Résultats
(Berthelot <i>et al.</i> , 2003b)	Examiner la mesure et la comptabilisation des provisions environnementales des entreprises industrielles canadiennes.	Modèle de régression temporelle avec coupe instantanée. Échantillon d'entreprises industrielles canadiennes, (1990-1996), n =375.	Les entreprises utilisent la latitude de la norme sur les provisions environnementales pour lisser les résultats. La visibilité politique a une incidence significative sur la comptabilisation de la provision environnementale. Les informations environnementales sont pertinentes pour les investisseurs.
(Pratima Bansal, 2005)	Examiner l'opérationnalisation de la RSE et ces déterminants organisationnels.	Analyses de régressions de 45 entreprises canadiennes de l'industrie minière, forestière et pétrolière (1986, 1989, 1992, 1995).	L'expérience internationale, les pressions médiatiques, l'imitation et la taille de l'entreprise sont liés positivement à la RSE.
(Zeng, 2016)	Examiner la relation entre la RSE, l'agressivité fiscale et la valeur des titres du marché	Analyses de régressions linéaires. TSX 60 firmes canadiennes, données collectées dans SEDAR 2005 à 2009, 237 observations.	Les entreprises socialement responsables ont moins tendance à adopter des stratégies fiscales agressives. Une meilleure réputation en RSE et une charge fiscale plus élevée quae la valeur de la firme.
(Thorne <i>et al.</i> , 2014)	Comprendre les motivations pour les entreprises canadiennes à produire du reporting sociétal distinct. Comprendre l'étendue avec laquelle les	Étude exploratoire, approche inductive, questionnaires soumis à des entreprises canadiennes (2008).	La taille est un facteur qui pousse les entreprises à faire plus de divulgations RSE, car elles sont sujettes à une plus grande visibilité. Les entreprises produisent des divulgations pour répondre aux attentes des parties prenantes.

	entreprises canadiennes suivent la GRI.		
(Berthelot <i>et al.</i> , 2012)	Examiner si les marchés prennent en compte le reporting sociétal.	Modèle empirique d'Ohlson (1995). Échantillon de 146 rapports sociétaux (2007) d'entreprises Canadiennes.	Les investisseurs accordent une valeur positive à la production d'un rapport sociétal.
(Bewley et Li, 2000)	Examiner comment la théorie des divulgations volontaires peut expliquer la divulgation d'informations environnementale.	Modèles de régressions et analyse des divulgations. Mesure des divulgations avec l'index de contenu de Wiseman (1982). Échantillon de 188 rapports DD, ICCA 1993.	Les informations générales et financières sont associées positivement à la propension à la pollution et à l'exposition politique. Les divulgations générales sont influencées positivement par les connaissances des parties externes. L'exposition médiatique est liée positivement aux divulgations générales.
(Roca et Searcy, 2012)	Identifier les indicateurs utilisés par les entreprises canadiennes en reporting sociétal.	Analyse de contenu. 94 rapports sociétaux d'entreprises canadiennes (2008).	Plus de 585 indicateurs différents sont identifiés, 45% des rapports utilisent des indicateurs de la GRI.
(Nitkins et Brooks, 1998)	Examiner le choix des entreprises à obtenir de l'assurance pour leur rapport DD.	Analyse de contenu de 174 entreprises canadiennes qui produisent du reporting sociétal (1992).	Il existe des avenues prometteuses en RSE pour l'implication des parties prenantes.
(Cormier et Magnan, 2007)	Déterminer si les divulgations volontaires environnementales affectent l'évaluation de	Modèle de régression de la valeur du marché en relation avec le niveau de divulgations (mesure	Le reporting environnemental affecte l'évaluation des profits faite par les investisseurs. Les différents aspects du reporting environnemental affecte la

	la valeur de la firme sur le marché, implicitement le coût en capital.	de Cormier et Magnan, 2003). Échantillon de 1992-1998 pour la France, l'Allemagne et le Canada.	valeur de l'entreprise. L'impact du reporting environnemental est différent si l'entreprise est Canadienne ou Allemande.
(Cormier <i>et al.</i> , 2004)	Examiner comment la perception du management sur certains aspects environnementaux est lié à la stratégie de reporting.	Analyse de régression et analyse factorielle de 41 entreprises (Canada, Allemagne et France) multinationales. Analyse de contenu des rapports annuels et environnementaux.	Les entreprises communiquent leurs affaires environnementales à la société et prennent des actions pour maintenir ou accroître leur légitimité. Les divulgations sont faites par souci légal, externe et médiatique.
(Aerts <i>et al.</i> , 2006)	Explorer les imitations entre les industries dans le cadre du reporting sociétal.	Analyse de contenu (1992-1997) d'entreprises Canadiennes (532 observations), Françaises (244 observations) <i>et</i> allemandes (282 observations). Analyses de régressions.	Remet en question la vision idéaliste et normative du reporting sociétal, alors qu'elle semble être cérémonielle. Présence de mimétisme et de forces coercitives.
(Aerts et Cormier, 2009)	Examiner la relation entre le reporting sociétal et l'exposition médiatique dans un contexte de légitimité stratégique.	Modèle empirique de Al-Tuwaijri <i>et al.</i> (2004). Échantillon d'entreprises nord-américaines, n = 623 entreprises, dont 205 canadiennes SetP TSX et 418 américaines SetP 500.	La légitimité stratégique est un déterminant significatif de publication d'informations environnementales. Les divulgations environnementales ont une incidence positive sur la légitimité stratégique.

(Caron et Turcotte, 2009)	Analyser le reporting sociétal, les entrepreneurs institutionnels et la GRI pour comprendre le compromis entre la GRI et les entreprises	Analyse de contenu de 10 rapports sociétaux Canadien. Mesures : occurrence des photos, référence aux parties prenantes, référence aux dimensions du développement durable.	Support partiel de la théorie néo institutionnelle. Les entreprises adoptent partiellement la GRI et le manque d'information négative et de mesures précises nuit à la prise de décisions.
(Cormier <i>et al.</i> , 2009)	Examiner l'effet substitutif ou complémentaire des divulgations sociales et environnementales pour réduire l'asymétrie d'information sur le marché	Modèles de régression linéaire sur la volatilité du prix des actions et de l'exposition médiatique (Hope, 2003). Échantillon d'entreprises canadiennes SetP TSX, n = 192 observations	Les divulgations sociales et environnementales ont des effets substitutifs sur la réduction de l'asymétrie d'information. L'exposition médiatique mène les entreprises à présenter de des divulgations environnementales. La gouvernance influence l'étendue des divulgations environnementales et sociales.
(Ball et Craig, 2010)	Revue de la littérature sur la théorie néo institutionnelle en reporting sociétal. Examiner les problèmes dans deux gouvernements.	Étude de cas comparative de deux gouvernements locaux (Angleterre et Canada)	Démontre la présence de pressions sociales, cadrants de l'efficacité des interventions sociales et environnementales.
(Cormier <i>et al.</i> , 2010)	Examiner l'incidence de la gouvernance, en termes de divulgations volontaires et de surveillance des entreprises, sur l'asymétrie d'information	Modèles d'équations structurelles sur la volatilité du prix des titres, les divulgations sur la gouvernance et le Q Tobin. Échantillon d'entreprises TSX	La taille du conseil d'administration et du comité d'audit et les divulgations volontaires sur la gouvernance réduisent l'asymétrie d'information. La gouvernance semble être un facteur important pour réduire l'asymétrie d'information entre les investisseurs et les dirigeants.

		Canada, n = 131 observations pour 2005.	
(Cormier et Magnan, 2014b)	Explorer la relation entre les divulgations RSE, la gouvernance et l'environnement d'information des analystes	Modèle de régression Hope (2003) de la dispersion et du consensus des analystes, n = 192 observations 2008 SetP TSX	Les divulgations RSE et la gouvernance accroissent le consensus entre les analystes et réduisent la dispersion des prévisions des analystes. La gouvernance a un effet substitutif à la divulgation environnementale et sociale.
(Cormier et Magnan, 2014a)	Examiner les impacts des problèmes éthiques sur les marchés financiers en tenant compte de la gouvernance.	Modèle de régression, évaluant la dispersion des prévisions des analystes, les erreurs de prévisions et la valeur des titres en lien avec la gouvernance des entreprises selon le Globe and Mail Corporate Board Games, n = 182 entreprises canadiennes SetP TSX en 2011.	Les problèmes éthiques dépendent de l'étendue géographiques, de la performance, de la structure d'actionnariat et des pratiques de gouvernance. Les problèmes éthiques accroît l'asymétrie d'information.
(Cormier <i>et al.</i> , 2016)	Explorer la relation entre l'hubris des P.D-G et l'information financière frauduleuse.	Étude de cas de 16 entreprises canadiennes ayant été formellement accusées de fraude, échantillon pairé avec 16 autres entreprises non accusées.	L'hubris des P.D-G semble être lié à la fraude financière. Dans cette situation, les mécanismes de gouvernance ne peuvent détecter ou prévenir ces pratiques.

ANNEXE 7

MESURE DE L'INFORMATION SOCIÉTALE COMPLÈTE TELLE QUE PRÉSENTÉE PAR BERTHELOT *ET AL. (2013)*

Environmental Disclosure (P. M. Clarkson <i>et al.</i> , 2008) (score max. 95)
Hard disclosure items (score max. 79)
A1 Gouvernance structure and management systems (score max. 6)
1. Existence of a Department for pollution control and/or management positions for env. Management
2. Existence of an environmental and/or a public issues committee in the board
3. Existence of terms and conditions applicable to suppliers and/or customers regarding env. practices
4. Stakeholder involvement in setting corporate environmental policies
5. Implementation of ISO14001 at the plant and/or firm level
6. Executive compensation is linked to environmental performance
A2 Credibility (score max. 10)
1. Adoption of GRI sustainability reporting guidelines or provision of a CERES report
2. Independent verification/assurance about environmental information disclosed in the EP report/web
3. Periodic independent verifications/audits on environmental performance and/or systems
4. Certification of environmental programs by independent agencies
5. Product Certification with respect to environmental impact

6. External environmental performance awards and/or inclusion in a sustainability index
7. Stakeholder involvement in the environmental disclosure process
8. Participation in voluntary environmental initiatives endorsed by EPA or Department of Energy
9. Participation in industry specific associations/initiatives to improve environmental practices
10. Participation in other environmental organizations/assoc. to improve. environmental practices
A3 Environmental performance indicators (EPI) (score max. 60)
1. EPI on energy use and/or energy efficiency
1.1 Performance data is presented
1.2 Performance data is presented relative to peers/rivals or industry
1.3 Performance data is presented relative to previous periods (trend analysis)
1.4 Performance data is presented relative to targets
1.5 Performance data is presented both in absolute and normalized form
1.6 Performance data is presented at disaggregate level (i.e., plant, business unit, geographic segment)
2. EPI on water use and/or water use efficiency
2.1 Performance data is presented
2.2 Performance data is presented relative to peers/rivals or industry
2.3 Performance data is presented relative to previous periods (trend analysis)

2.4 Performance data is presented relative to targets
2.5 Performance data is presented both in absolute and normalized form
2.6 Performance data is presented at disaggregate level (i.e., plant, business unit, geographic segment)
3. EPI on green house gas emissions
3.1 Performance data is presented
3.2 Performance data is presented relative to peers/rivals or industry
3.3 Performance data is presented relative to previous periods (trend analysis)
3.4 Performance data is presented relative to targets
3.5 Performance data is presented both in absolute and normalized form
3.6 Performance data is presented at disaggregate level (i.e., plant, business unit, geographic segment)
4. EPI on other air emissions
4.1 Performance data is presented
4.2 Performance data is presented relative to peers/rivals or industry
4.3 Performance data is presented relative to previous periods (trend analysis)
4.4 Performance data is presented relative to targets
4.5 Performance data is presented both in absolute and normalized form
4.6 Performance data is presented at disaggregate level (i.e., plant, business unit, geographic segment)

5. EPI on TRI (land, water, air)
5.1 Performance data is presented
5.2 Performance data is presented relative to peers/rivals or industry
5.3 Performance data is presented relative to previous periods (trend analysis)
5.4 Performance data is presented relative to targets
5.5 Performance data is presented both in absolute and normalized form
5.6 Performance data is presented at disaggregate level (i.e., plant, business unit, geographic segment)
6. EPI on other discharges, releases and/or spills (not TRI)
6.1 Performance data is presented
6.2 Performance data is presented relative to peers/rivals or industry
6.3 Performance data is presented relative to previous periods (trend analysis)
6.4 Performance data is presented relative to targets
6.5 Performance data is presented both in absolute and normalized form
6.6 Performance data is presented at disaggregate level (i.e., plant, business unit, geographic segment)
7. EPI on waste generation and/or management (recycling, re-use, reducing, treatment and disposal)
7.1 Performance data is presented
7.2 Performance data is presented relative to peers/rivals or industry

7.3 Performance data is presented relative to previous periods (trend analysis)
7.4 Performance data is presented relative to targets
7.5 Performance data is presented both in absolute and normalized form
7.6 Performance data is presented at disaggregate level (i.e., plant, business unit, geographic segment)
8. EPI on land and resources use, biodiversity and conservation
8.1 Performance data is presented
8.2 Performance data is presented relative to peers/rivals or industry
8.3 Performance data is presented relative to previous periods (trend analysis)
8.4 Performance data is presented relative to targets
8.5 Performance data is presented both in absolute and normalized form
8.6 Performance data is presented at disaggregate level (i.e., plant, business unit, geographic segment)
9. EPI on environmental impacts of products and services
9.1 Performance data is presented
9.2 Performance data is presented relative to peers/rivals or industry
9.3 Performance data is presented relative to previous periods (trend analysis)
9.4 Performance data is presented relative to targets
9.5 Performance data is presented both in absolute and normalized form

9.6 Performance data is presented at disaggregate level (i.e., plant, business unit, geographic segment)
10. EPI on compliance performance (e.g., exceedances, reportable incidents)
10.1 Performance data is presented
10.2 Performance data is presented relative to peers/rivals or industry
10.3 Performance data is presented relative to previous periods (trend analysis)
10.4 Performance data is presented relative to targets
10.5 Performance data is presented both in absolute and normalized form
10.6 Performance data is presented at disaggregate level (i.e., plant, business unit, geographic segment)
A4 Environmental spending (score max. 3)
1. Summary of dollar savings arising from environment initiatives to the company
2. Amount spent on technologies, R&D and/or innovations to enhance environ. perf. and/or efficiency
3. Amount spent on fines related to environmental issues
Soft disclosure items (score max. 16)
A5 Vision and strategy claims (score max. 6)
1. CEO statement on environmental performance in letter to shareholders and/or stakeholders
2. A statement of corporate environmental policy, values and principles, environ. codes of conduct
3. A statement about formal management systems regarding environmental risk and performance

4. A statement that the firm undertakes periodic reviews and evaluations of its environ. performance
5. A statement of measurable goals in terms of future env. performance
6. A statement about specific environmental innovations and/or new technologies
A6 Environmental profile (score max. 4)
1. A statement about the firm's compliance (or lack thereof) with specific environmental standards
2. An overview of environmental impact of the industry
3. An overview of how the business operations and/or products and services impact the environment
4. An overview of corporate environmental performance relative to industry peers
A7 Environmental initiatives (score max. 6)
1. A substantive description of employee training in environmental management and operations
2. Existence of response plans in case of environmental accidents
3. Internal environmental awards
4. Internal environmental audits
5. Internal certification of environmental programs
6. Community involvement and/or donations related to environ.
Social Disclosure (Widiarto Sutantoputra, 2009) (score max. 83)
Hard disclosure items (score max. 67)

B1 Gouvernance structure and management systems (score max. 6)
1. Existence of a department or management positions for adressins firm's social impacts
2. Existence of an social and/or a public issues committee in the board
3. Existence of terms and conditions applicable to employees and customers regarding firms' social pratices
4. Stakeholder involvement in setting corporate social policies
5. Implementation of ILO standards and UN declaration of human rights
6. Executive compensation is linked to social performance
B2 Credibility (score max. 10)
1. Firm acknowledges the use of GRI sustainability reporting guidelines
2. Independent verification/assurance about social information disclosed in sustainability report
3. Periodic independent verifications/audits on social performance and/or systems
4. Certification of social (labour) programs by independent agencies
5. Product Certification with respect to product safety
6. External labour performance awards or participation in a social index
7. Stakeholder involvement in the social disclosure process
8. Participation in voluntary social initiatives endorsed by ILO or Department of Employment and Industrial Relations in respective country
9. Participation in industry specific associations/initiatives to improve labour management practices

10. Participation in other labour organizations/assoc. to improve labour practices
B3 Social performance indicators (SPI) (score max. 48)
Labour practices and decent work
1. SPI on employment information (type, numbers of employees by region/country, employment creation and average turnover)
1.1 Information is presented
1.2 Past or previous period practices are mentioned
1.3 Future target or improvement is mentioned
2. SPI on labour/management relations (the presence of independent trade unions and companies' policies and procedures)
2.1 Information is presented
2.2 Past or previous period practices are mentioned
2.3 Future target or improvement is mentioned
3. SPI on health and safety (policies on occupational accidents and diseases, standard injury, lost day, and absentee rates and number of work-related fatalities)
3.1 Information is presented
3.2 Past or previous period practices are mentioned
3.3 Future target or improvement is mentioned
4. SPI on training and education (Average hours per year per employee by category of employee)

4.1 Information is presented
4.2 Past or previous period practices are mentioned
4.3 Future target or improvement is mentioned
5. SPI on diversity and opportunity (description of equal opportunity policies, monitoring systems)
5.1 Information is presented
5.2 Past or previous period practices are mentioned
5.3 Future target or improvement is mentioned
Human rights
6. SPI on strategy and management (description of firms policies related to the universal declaration and the fundamentaal human rights conventions of ILO)
6.1 Information is presented
6.2 Past or previous period practices are mentioned
6.3 Future target or improvement is mentioned
7. SPI on non-discrimination (policies/program/procedures preventing all forms of discriminations in firms' operations)
7.1 Information is presented
7.2 Past or previous period practices are mentioned
7.3 Future target or improvement is mentioned

8. SPI on freedom of association and collective bargaining (firms' policies on acknowledging freedom of association and collective bargaining)
8.1 Information is presented
8.2 Past or previous period practices are mentioned
8.3 Future target or improvement is mentioned
9. SPI on child labour (policies to exclude the use of child labour directly from firms' internal operations and indirectly from firms' suppliers)
9.1 Information is presented
9.2 Past or previous period practices are mentioned
9.3 Future target or improvement is mentioned
10. SPI on forced and compulsory labour (policies addressing forced and compulsory labour)
10.1 Information is presented
10.2 Past or previous period practices are mentioned
10.3 Future target or improvement is mentioned
Society
11. SPI on community (policies to manage impacts on community in areas affected by firms' operations)
11.1 Information is presented
11.2 Past or previous period practices are mentioned
11.3 Future target or improvement is mentioned

12. SPI on bribery and corruption (policies and mechanism for organisation and employees in addressing bribery and corruptions)
12.1 Information is presented
12.2 Past or previous period practices are mentioned
12.3 Future target or improvement is mentioned
13. SPI on political contributions (policies, management system and compliance mechanism for managing political lobbying and contributions)
13.1 Information is presented
13.2 Past or previous period practices are mentioned
13.3 Future target or improvement is mentioned
Product responsibility
14. SPI on customer health and safety (policy protecting customer health and safety during the use of firms' product and services)
14.1 Information is presented
14.2 Past or previous period practices are mentioned
14.3 Future target or improvement is mentioned
15. SPI on products and services (policy, management systems and compliance mechanism for product information and labelling)
15.1 Information is presented
15.2 Past or previous period practices are mentioned
15.3 Future target or improvement is mentioned

16. SPI on respect for privacy (firms' policies, management systems, and compliance mechanism for consumer privacy)
16.1 Information is presented
16.2 Past or previous period practices are mentioned
16.3 Future target or improvement is mentioned
B4 Social spending (score max. 3)
17. Summary of dollar savings arising from social initiatives to the company
18. Amount spent on community, political contributions to enhance social perf. and/or efficiency
19. Amount spent on fines related to social litigation/issues
B5 Vision and strategy claims (score max. 6)
20. CEO statement on social performance in letter to shareholders and/or stakeholders
21. A statement of corporate social policy, values and principles, codes of conduct
22. A statement about formal management systems regarding social risk and performance
23. A statement that the firm undertakes periodic reviews and evaluations of its social performance
24. A statement of measurable goals in terms of future social performance
25. A statement about specific social innovations and improvements
B6 Social profile (score max. 4)
1. A statement about the firm's compliance (or lack thereof) with specific social standards

2. An overview of social impact of the industry
3. An overview of how the business operations and/or products and services impact the society, employees and customers
4. An overview of corporate social performance relative to industry peers
B7 Social initiatives (score max. 6)
1. A substantive description of employee training in social management and operations
2. Existence of response plans in case of social incidents
3. Internal social (labour, employees and customers) awards
4. Internal social (labour, employees and customers) audits
5. Internal certification of employees programs
6. Community involvement and/or donations related to society
Economic Disclosure (Berthelot <i>et al.</i> , 2013) (score max. 77)
Hard disclosure items (score max. 61)
C1 Gouvernance structure and management systems (score max. 6)
1. Existence of a department or management positions for adressins firm's economic impacts
2. Existence of an economic and/or a public issues committee in the board
3. Existence of terms and conditions applicable to employees and customers regarding firms' economic pratices
4. Stakeholder involvement in setting corporate economic policies

5. Implementation of fair trade standards
6. Executive compensation is linked to economic performance
C2 Credibility (score max. 10)
1. Firm acknowledges the use of GRI sustainability reporting guidelines
2. Independent verification/assurance about economic information disclosed in sustainability report
3. Periodic independent verifications/audits on economic performance and/or systems
4. Certification of economic programs by independent agencies
5. Product Certification with respect to product fair trade
6. External economic performance awards
7. Stakeholder involvement in the economic disclosure process
8. Participation in voluntary fair trade initiatives endorsed by FLO
9. Participation in industry specific associations/initiatives to improve economic practices
10. Participation in other economic organizations/assoc. to improve economic practices
C3 Economic performance indicators (EcPI) Base GRI version 3 (score max. 45)
Economic Performance
Direct economic value generated
1. Revenues: net sales and revenues from financial investments and sales of assets

1.1 Information is presented
1.2 Past or previous period practices are mentioned
1.3 Future target or improvement is mentioned
Economic value distributed
2. Operating costs: payments to suppliers, non-strategic investments, royalties and facilitation payments
2.1 Information is presented
2.2 Past or previous period practices are mentioned
2.3 Future target or improvement is mentioned
3. Employee wages and benefits: total monetary outflows for employees (current payments, not future commitments)
3.1 Information is presented
3.2 Past or previous period practices are mentioned
3.3 Future target or improvement is mentioned
4. Payments to providers of capital: all financial payments made to the providers of the organization's capital
4.1 Information is presented
4.2 Past or previous period practices are mentioned
4.3 Future target or improvement is mentioned
5. Payments to government (by country): gross taxes

5.1 Information is presented
5.2 Past or previous period practices are mentioned
5.3 Future target or improvement is mentioned
6. Community investments: voluntary contributions and investment of funds in the broader community (includes donations)
6.1 Information is presented
6.2 Past or previous period practices are mentioned
6.3 Future target or improvement is mentioned
Economic value retained (= Economic value generated - Economic value distributed)
7. Investments, equity release, etc.
7.1 Information is presented
7.2 Past or previous period practices are mentioned
7.3 Future target or improvement is mentioned
8. Information presented on financial implications and other risks and opportunities for the organization's activities due to climate change.
8.1 Information is presented
8.2 Past or previous period practices are mentioned
8.3 Future target or improvement is mentioned
9. Coverage of the organization's defined benefit plan obligations

9.1 Information is presented
9.2 Past or previous period practices are mentioned
9.3 Future target or improvement is mentioned
10. Significant financial assistance received from government
10.1 Information is presented
10.2 Past or previous period practices are mentioned
10.3 Future target or improvement is mentioned
Market Presence
11. Range of ratios of standard entry level wage compared to local minimum wage at significant locations of operation
11.1 Information is presented
11.2 Past or previous period practices are mentioned
11.3 Future target or improvement is mentioned
12. Policy, practices, and proportion of spending on locally-based suppliers at significant locations of operation
12.1 Information is presented
12.2 Past or previous period practices are mentioned
12.3 Future target or improvement is mentioned
13. Procedures for local hiring and proportion of senior management hired from the local community at significant locations of operation

13.1 Information is presented
13.2 Past or previous period practices are mentioned
13.3 Future target or improvement is mentioned
Indirect Economic Impacts
14. Development and impact of infrastructure investments and services provided primarily for public benefit through commercial, in-kind, or pro bono engagement
14.1 Information is presented
14.2 Past or previous period practices are mentioned
14.3 Future target or improvement is mentioned
15. Understanding and describing significant indirect economic impacts, including the extent of impacts
15.1 Information is presented
15.2 Past or previous period practices are mentioned
15.3 Future target or improvement is mentioned
C4 Economic spending
Soft disclosure items (score max. 16)
C5 Vision and strategy claims (score max. 6)
1. CEO statement on economic performance in letter to shareholders and/or stakeholders

2. A statement of corporate economic policy, values and principles, economic codes of conduct
3. A statement about formal management systems regarding economic risk and performance
4. A statement that the firm undertakes periodic reviews and evaluations of its economic performance
5. A statement of measurable goals in terms of future economic performance
6. A statement about specific economic innovations and improvements
C6 Economic profile (Score max. 4)
1. A statement about the firm's compliance (or lack thereof) with specific economic standards
2. An overview of economic impact of the industry
3. An overview of how the business operations and/or products and services impact the economy
4. An overview of corporate economic performance relative to industry peers
C7 Economic initiatives (score max. 6)
1. A substantive description of employee training in economic management and operations
2. Existence of response plans in case of economic incidents
3. Internal economic awards
4. Internal economic audits
5. Internal certification of economic programs
6. Community involvement and/or donations related to economic

ANNEXE 8

MESURE DU CONTENU DES RAPPORTS D'ASSURANCE DE PEREGO ET KOLK (2012) P. 187-188 (*TRADUCTION LIBRE*)

Critères de classement	Définition	Échelle (24 points)
1. Titre	Titre de la déclaration d'assurance	0 Aucune référence 1 Référence
2. Destinataire	Parties auxquelles la déclaration d'assurance est officiellement adressée (soit dans la ligne du titre distincte du destinataire, soit dans le texte)	0 Aucune référence 1 Le destinataire est interne ou « les lecteurs » 2 Parties prenantes mentionnées dans le destinataire
3. Nom de l'auditeur	Nom du cabinet qui effectue la mission de certification	0 Aucune référence 1 Référence
4. Emplacement de l'auditeur	Emplacement du bureau du prestataire des services d'assurance	0 Aucune référence 1 Référence
5. Date du rapport	Référence à la date à laquelle l'exercice d'assurance a été terminé	0 Aucune référence 1 Référence
6. Responsabilités du préparateur du rapport	Déclaration explicite que l'assureur est responsable de la préparation du rapport (mots-clés : responsable, responsabilité)	0 Aucune référence 1 Référence
7. Responsabilités de l'auditeur	Déclaration explicite selon laquelle l'assureur est responsable d'exprimer un avis (indépendant) sur le sujet (rapport sociétal/environnement/social)	0 Aucune référence 1 Référence
8. Indépendance de l'auditeur de l'entreprise qui fait rapport	Déclaration exprimant l'indépendance des deux parties impliquées (un 1 est attribué dès que le ou les mots indépendance ou indépendance apparaissent)	0 Aucune référence

	n'importe où dans la déclaration d'assurance ou dans son titre. Ainsi, des remarques telles que « ceci est un avis indépendant... » sont déjà éligibles pour un 1)	1 Une référence ou une simple déclaration exprimant cette indépendance peut être consultée sur Internet.
9. Impartialité de l'auditeur envers les parties prenantes	Déclaration d'impartialité de l'auditeur à l'égard des intérêts des parties prenantes	0 Aucune référence 1 Référence (remarque qu'une telle déclaration peut être mise à disposition sur demande ou référence à un site Internet compte pour un 1)
10. Portée de la mission de certification	Couverture de la déclaration d'assurance (un 1 est attribué si la couverture de l'exercice de certification est indiquée dans la déclaration d'assurance)	0 Aucune référence 1 Référence
11. Objectifs de la mission de certification	Objectif à atteindre dans le cadre de la mission (en indiquant le niveau d'assurance recherché)	0 Aucune référence 1 Examen, assurance limitée, opinion indépendante, assurance indépendante, vérification externe, assurance externe ou validation 2 Assurance raisonnable ou assurance raisonnable et limitée (par exemple, deux niveaux d'assurance différents pour différentes parties du rapport)
12. Compétences de l'auditeur	Description des compétences professionnelles permettant à l'équipe de mission de mener l'exercice de certification	0 Aucune référence 1 Déclaration de compétence (mais pas de note explicative) ou simple référence à un site Internet 2 Énoncé explicatif des compétences basé sur l'expérience/les engagements précédents
13. Critères utilisés pour évaluer les preuves et parvenir à la conclusion	Une déclaration faisant référence aux critères particuliers en fonction desquels le rapport sociétal a été préparé (par exemple, GRI et normes développées à l'interne)	0 Aucune référence 1 Référence aux critères non disponibles publiquement 2 Référence à des critères accessibles au public (par exemple, des critères développés à l'interne et

		publiés n'importe où dans le rapport ou dans la GRI)
14. Normes d'assurance utilisées	Normes utilisées régissant le travail du fournisseur des services d'assurance (par exemple, AA1000AS ou ISAE3000)	0 Pas de référence 1 Référence aux critères non disponibles publiquement 2 Référence aux critères accessibles au public
15. Sommaire des travaux effectués	Déclaration expliquant les mesures prises pour arriver à une conclusion	0 Aucune référence 1 Référence
16. Seuil de signification (du point de vue des parties prenantes)	Informations relatives à l'établissement du seuil significatif. Si la conclusion indique que le rapport est conforme aux principes de la norme AA1000 (importance relative, exhaustivité et réactivité), une référence est attribuée et un 1 est attribué.	0 Aucune référence 1 Référence limitée à une déclaration large (par exemple, « couvre tous les aspects importants » ou « ... à tous les égards importants... »), mais aussi des déclarations négatives affirmant que l'assureur n'a pas entrepris de travail pour confirmer que toutes les questions pertinentes/importantes sont incluse. 2 Référence et explication du paramètre d'importance relative ou référence limitée à une déclaration large et au point de vue des parties prenantes introduisent (par exemple, « les questions importantes pour les parties prenantes ont été prises en compte ») 3 Introduction de la référence, de l'explication du paramètre d'importance et de la perspective des parties prenantes
17. Exhaustivité	Déclaration indiquant que tous les aspects importants sont couverts par le rapport. Si la conclusion indique que le rapport est conforme aux principes de la norme AA1000 (importance relative, exhaustivité et réactivité), une référence est attribuée et un 1 est attribué.	0 Aucune référence 1 Référence

18. Réceptivité aux parties prenantes	Déclaration faisant référence aux procédures (ou à l'absence de procédures) de l'entreprise pour identifier les intérêts et les préoccupations des parties prenantes. Si la conclusion indique que le rapport est conforme aux principes de la norme AA1000 (importance relative, exhaustivité et réactivité), une référence est attribuée et un 1 est attribué.	0 Aucune référence 1 Référence
19. Conclusion générale/opinion	Déclaration exprimant le résultat de l'exercice d'assurance. S'il n'y a pas de conclusion générale, mais que la conclusion fait uniquement référence aux 3 principes de AA1000 (importance relative, exhaustivité et réactivité), un 0 est attribué.	0 Aucune référence 1 Simple déclaration exprimant l'opinion de l'assureur (par exemple, « le rapport de XY est une présentation fidèle des performances de XY en matière de RSE »). Un 1 n'est attribué que si la conclusion ne consiste qu'en une phrase 2 Exposés des motifs (plus d'une phrase, mais les recommandations d'amélioration ne sont pas considérées comme faisant partie de la conclusion)

ANNEXE 9

BOARD GAMES – MÉTHODOLOGIE

2016	2017	2018
Board Composition, worth 34 marks out of 100	Board Composition, worth 34 marks out of 100	Board Composition, worth 32 marks out of 100
1. What percentage of the company's directors are fully independent?	1. What percentage of the company's directors are fully independent?	1. What percentage of the company's directors are fully independent?
Four marks for boards with at least two-thirds of independent directors. Two marks if more than 50 per cent of directors are independent. Zero marks if there is a majority of related directors.	Four marks for boards with at least two-thirds of independent directors. Two marks if more than 50 per cent of directors are independent. Zero marks if there is a majority of related directors.	Four marks for boards with at least two-thirds of independent directors. Two marks if more than 50 per cent of directors are independent. Zero marks if there is a majority of related directors.
Note: Independent means directors have no links to the company beyond their board role. That means, for example, they are not management, relatives of management, former members of management within the previous five years, or people whose firms do business with the company – including, for example, lawyers, accountants, suppliers, or investment bankers. Directors will be considered related if they are paid extra compensation by the company for providing non-board services, such as consulting work. We also mark as related those directors who are controlling shareholders of the company or who work for	Note: Independent means directors have no links to the company beyond their board role. That means, for example, they are not management, relatives of management, former members of management within the previous five years, or people whose firms do business with the company – including, for example, lawyers, accountants, suppliers, or investment bankers. Directors will be considered related if they are paid extra compensation by the company for providing non-board services, such as consulting work. We also mark as related those directors who are controlling	Note: Independent means directors have no links to the company beyond their board role. That means, for example, they are not management, relatives of management, former members of management within the previous five years, or people whose firms do business with the company – including, for example, lawyers, accountants, suppliers, or investment bankers. Directors will be considered related if they are paid extra compensation by the company for providing non-board services, such as consulting work. We also mark as related those directors who are controlling shareholders of the company or who work for

a parent company that controls the public subsidiary.	shareholders of the company or who work for a parent company that controls the public subsidiary.	a parent company that controls the public subsidiary.
2. What percentage of the audit committee is fully independent?	2. What percentage of the audit committee is fully independent?	2. What percentage of the audit committee is fully independent?
Three marks if the committee is fully independent. One mark if there are one or more related directors who are not management. Zero marks if a member of management is on the committee.	Three marks if the committee is fully independent. One mark if there are one or more related directors who are not management. Zero marks if a member of management is on the committee.	Two marks if the committee is fully independent. One mark if there are one or more related directors who are not management. Zero marks if a member of management is on the committee.
3. What percentage of the compensation committee – the committee that determines executive pay – is fully independent?	3. What percentage of the compensation committee – the committee that determines executive pay – is fully independent?	3. What percentage of the compensation committee – the committee that determines executive pay – is fully independent?

Two marks if the committee is fully independent. One mark if there are one or more related directors who are not management. Zero marks if a member of management is on the committee or if there is no committee.	Two marks if the committee is fully independent. One mark if there are one or more related directors who are not management. Zero marks if a member of management is on the committee or if there is no committee.	Two marks if the committee is fully independent. One mark if there are one or more related directors who are not management. Zero marks if a member of management is on the committee or if there is no committee.
4. What percentage of the nominating committee – the committee responsible for recommending new directors to join the board – is fully independent?	4. What percentage of the nominating committee – the committee responsible for recommending new directors to join the board – is fully independent?	4. What percentage of the nominating committee – the committee responsible for recommending new directors to join the board – is fully independent?
Two marks if the committee is fully independent. One mark if there are one or more related directors who are not management. Zero marks if a member of management is on the committee or if there is no committee.	Two marks if the committee is fully independent. One mark if there are one or more related directors who are not management. Zero marks if a member of management is on the committee or if there is no committee.	Two marks if the committee is fully independent. One mark if there are one or more related directors who are not management. Zero marks if a member of management is on the committee or if there is no committee.
5. Is the role of chairperson and CEO split?	5. Is the role of chairperson and CEO split?	5. Is the role of chairperson and CEO split?
Five marks if the roles are split and there is a fully independent chairperson. Two marks if they are split, but the chairperson is a related director. One mark if they are split, but the chairperson is a member of management. Zero marks if the roles are not split.	Five marks if the roles are split and there is a fully independent chairperson. Two marks if they are split, but the chairperson is a related director. One mark if they are split, but the chairperson is a member of management. Zero marks if the roles are not split.	Four marks if the roles are split and there is a fully independent chairperson. Two marks if they are split, but the chairperson is a related director. One mark if they are split, but the chairperson is a member of management. Zero marks if the roles are not split.
Note: There is no credit for not splitting the roles but having a lead independent director on the board.	Note: There is no credit for not splitting the roles but having a lead independent director on the board.	Note: There is no credit for not splitting the roles but having a lead independent director on the board.

6. a) Do two or more directors sit together on two or more other boards of publicly-traded companies, creating the potential for a close-knit bloc of directors? Or, do three or more directors sit together on any other corporate board?	6. a) Do two or more directors sit together on two or more other boards of publicly-traded companies, creating the potential for a close-knit bloc of directors? Or, do three or more directors sit together on any other corporate board?	6. a) Do two or more directors sit together on two or more other boards of publicly-traded companies, creating the potential for a close-knit bloc of directors? Or, do three or more directors sit together on any other corporate board?
One mark if no, zero if yes.	One mark if no, zero if yes.	One mark if no, zero if yes.
6. b) Do any directors sit on four or more S&P/TSX company boards?	6. b) Do any directors sit on four or more S&P/TSX company boards?	6. b) Do any directors sit on four or more S&P/TSX company boards?
One mark if no, zero if yes.	One mark if no, zero if yes.	One mark if no, zero if yes.
7. a) Are there any women on the board?	7. a) Are there any women on the board?	7. a) Are there any women on the board?
Three marks if at least 33 per cent of directors are women. Two marks if 25 to 33 per cent of the board are women. One mark if there is at least one woman on the board. Zero marks if there are no women.	Three marks if at least 33 per cent of directors are women. Two marks if 25 to 33 per cent of the board are women. One mark if there is at least one woman on the board. Zero marks if there are no women.	Three marks if at least 33 per cent of directors are women. Two marks if 25 to 33 per cent of the board are women. One mark if there is at least one woman on the board. Zero marks if there are no women.
7. b) Does the company describe a formal policy regarding gender diversity for the board of directors and senior managers?	7. b) Does the company describe a formal policy regarding gender diversity for the board of directors and senior managers?	7. b) Does the company describe a formal policy regarding gender diversity for the board of directors and senior managers?

Two marks if the company discloses details of its policy and includes an internal target for the proportion of women on the board with specifics of the target details, and a timeline for achieving the target. One mark if the company describes a detailed diversity policy with specific features related to improving the representation of women on boards, but doesn't have a target or doesn't disclose a timeline for achieving a target. Zero marks if the company doesn't have a diversity policy or doesn't describe specific steps it takes to ensure diversity is reflected in recruitment. That means zero marks if a policy mentions several different types of diversity without disclosing any specific features related to improving gender diversity.	Two marks if the company discloses details of its policy and includes an internal target for the proportion of women on the board with specifics of the target details, and a timeline for achieving the target. One mark if the company describes a detailed diversity policy with specific features related to improving the representation of women on boards, but doesn't have a target or doesn't disclose a timeline for achieving a target. Zero marks if the company doesn't have a diversity policy or doesn't describe specific steps it takes to ensure diversity is reflected in recruitment. That means zero marks if a policy mentions several different types of diversity without disclosing any specific features related to improving gender diversity.	Two marks if the company discloses details of its policy and includes an internal target for the proportion of women on the board with specifics of the target details and a timeline for achieving the target. One mark if the company discloses details of a process used to consider the representation of women on the board, such as recruitment practices aimed at ensuring female candidates are considered for board seats, but doesn't have a target or doesn't disclose a timeline for achieving a target. Zero marks if the company doesn't have a diversity policy or doesn't describe specific steps it takes to ensure gender diversity is reflected in recruitment. That means zero marks if a policy mentions several types of diversity without disclosing any specific measures related to improving gender diversity.
Note: Companies that have a target and have already met it do not have to have a timeline for achieving their target. Also, companies with gender parity on their board will receive two marks even if they have not adopted a formal target.	Note: Companies that have a target and have already met it do not have to have a timeline for achieving their target. Also, companies with gender parity on their board will receive two marks even if they have not adopted a formal target.	Note: Companies that have a target and have already met it do not have to have a timeline for achieving their target. Also, companies with at least 50 per cent women on the board will receive two marks even if they have not adopted a formal diversity target.
8. Does the board have a system to evaluate its performance?	8. Does the board have a system to evaluate its performance?	8. Does the board have a system to evaluate its performance?

<p>Three marks if there is a formal board evaluation and a formal individual director evaluation including peer review, with detailed disclosure of what sort of process is used for both. Two marks if there is a formal board evaluation and director evaluation, but no peer review. Also two marks if the company has a formal peer review process but does not mention or describe any board or committee review process. One mark if there is a formal board assessment, but not an assessment of individual directors, or if there is reference to a director assessment but not board or committee review. Zero marks if there is no evaluation or there is only a vague description of how the assessment is done with no details of the process used.</p>	<p>Three marks if there is a formal board evaluation and a formal individual director evaluation including peer review, with detailed disclosure of what sort of process is used for both. Two marks if there is a formal board evaluation and director evaluation, but no peer review. Also two marks if the company has a formal peer review process but does not mention or describe any board or committee review process. One mark if there is a formal board assessment, but not an assessment of individual directors, or if there is reference to a director assessment but not board or committee review. Zero marks if there is no evaluation or there is only a vague description of how the assessment is done with no details of the process used.</p>	<p>Three marks if there is a formal board evaluation and a formal individual director evaluation including peer review, with detailed disclosure of what sort of process is used for both. Two marks if there is a formal board evaluation and director evaluation, but no peer review. Also two marks if the company has a formal peer review process but does not mention or describe any board or committee review process. One mark if there is a formal board assessment, but not an assessment of individual directors, or if there is reference to a director assessment but not board or committee review. Zero marks if there is no evaluation or there is only a vague description of how the assessment is done with no details of the process used.</p>
<p>9. Do independent directors meet without management?</p>	<p>9. Do independent directors meet without management?</p>	<p>9. Do independent directors meet without management?</p>

Three marks if they meet without management at every board meeting, including special meetings and not just regularly scheduled meetings. Two marks if they meet without management at regular board meetings, but not all board meetings. One mark if they meet sometimes, but not every regular board meeting. Zero marks if there is no mention or if there are no meetings without management. Also zero marks if the company uses vague wording – for example, that "time is available for in-camera meetings" – that do not specify whether the meetings are actually held.	Three marks if they meet without management at every board meeting, including special meetings and not just regularly scheduled meetings. Two marks if they meet without management at regular board meetings, but not all board meetings. One mark if they meet sometimes, but not every regular board meeting. Zero marks if there is no mention or if there are no meetings without management. Also zero marks if the company uses vague wording – for example, that "time is available for in-camera meetings" – that do not specify whether the meetings are actually held.	Three marks if they meet without management at every board meeting, including special meetings and not just regularly scheduled meetings. Two marks if they meet without management at regular board meetings, but not all board meetings. One mark if they meet sometimes, but not every regular board meeting. Zero marks if there is no mention or if there are no meetings without management. Also zero marks if the company uses vague wording – for example, that "time is available for in-camera meetings" – that do not specify whether the meetings are actually held.
10. Does the company disclose the process the board uses to manage succession planning for the chief executive officer's job? Disclosure must go beyond simply noting that the board or one of its committees is responsible for managing succession planning. There must be evidence a formal process is in place and some detail of how the board approaches the task must be given.	10. Does the company disclose the process the board uses to manage succession planning for the chief executive officer's job? Disclosure must go beyond simply noting that the board or one of its committees is responsible for managing succession planning. There must be evidence a formal process is in place and some detail of how the board approaches the task must be given.	10. Does the company disclose the process the board uses to manage succession planning for the chief executive officer's job? Disclosure must go beyond simply noting that the board or one of its committees is responsible for managing succession planning. There must be evidence a formal process is in place and some detail of how the board approaches the task must be given.
Three marks if yes, zero if no.	Three marks if yes, zero if no.	Three marks if yes, zero if no.

11. Does the company provide information about its director education processes for the year and is there evidence that a formal process is in place? This could include information about educational events offered to the entire board during the year, site visits to company facilities by directors, or specifics about special briefings, courses or training offered to some or all directors.

11. Does the company provide information about its director education processes for the year and is there evidence that a formal process is in place? This could include information about educational events offered to the entire board during the year, site visits to company facilities by directors, or specifics about special briefings, courses or training offered to some or all directors.

11. Does the company provide information about its director education processes for the year and is there evidence that a formal process is in place? This could include information about educational events offered to the entire board during the year, site visits to company facilities by directors, or specifics about special briefings, courses or training offered to some or all directors.

Two marks if the company fully describes education processes, including details of each specific training session that was held and who attended. Full marks will not be given if the company simply lists educational topics without giving details of the specific training sessions because it is unclear whether the topics were dealt with separately at specialized training sessions, or at a single training session during the year, or during a regular board meeting. It is also insufficient to list training topics "offered" or "available" to the board if the disclosure is not clear whether the training actually occurred and who took advantage of it. The company does not have to list each name if it says everyone on the board or a specific committee attended, but does have to disclose details of who attended if the session was attended by a smaller number of directors and not the entire group. One mark if the company gives a full description of education processes but leaves out some details about events and who attended. Zero marks if no training is disclosed or if there is so little detail that it is unclear what training occurred.

Two marks if the company fully describes education processes, including details of each specific training session that was held and who attended. Full marks will not be given if the company simply lists educational topics without giving details of the specific training sessions because it is unclear whether the topics were dealt with separately at specialized training sessions, or at a single training session during the year, or during a regular board meeting. It is also insufficient to list training topics "offered" or "available" to the board if the disclosure is not clear whether the training actually occurred and who took advantage of it. The company does not have to list each name if it says everyone on the board or a specific committee attended, but does have to disclose details of who attended if the session was attended by a smaller number of directors and not the entire group. One mark if the company gives a full description of education processes but leaves out some details about events and who attended. Zero marks if no training is disclosed or if there is so little detail that it is unclear what training occurred.

Two marks if the company fully describes education processes, including details of each specific training session that was held and who attended. Full marks will not be given if the company simply lists educational topics without giving details of the specific training sessions because it is unclear whether the topics were dealt with separately at specialized training sessions, or at a single training session during the year, or during a regular board meeting. It is also insufficient to list training topics "offered" or "available" to the board if the disclosure is not clear whether the training actually occurred and who took advantage of it. The company does not have to list each name if it says everyone on the board or a specific committee attended, but does have to disclose details of who attended if the session was attended by a smaller number of directors and not the entire group. One mark if the company gives a full description of education processes but leaves out some details about events and who attended. Zero marks if no training is disclosed or if there is so little detail that it is unclear what training occurred.

Shareholding and compensation, worth 29 marks out of 100	Shareholding and compensation, worth 30 marks out of 100	Shareholding and compensation, worth 30 marks out of 100
12. a) Are directors required to own shares or share units?	12. a) Are directors required to own shares or share units?	12. a) Are directors required to own shares or share units?
<p>Four marks if the requirement is equal to at least three times the retainer (calculated as the value of both cash payments and equity grants) paid to directors – including the value of grants of shares or share units, and if there is a time frame disclosed for directors to reach their ownership requirement and return to the required level if they fall below. One mark if there is a requirement, but it is lower than three times the value of the retainer and share units. One mark if the company allows directors to meet their ownership value by using a measure other than the current market value of their equity – such as using a historic average value or using the acquisition value of equity at the date it was first obtained. This is because these values over time can lead to lower actual share ownership by directors when the share price declines. Zero marks if there is no share ownership requirement.</p>	<p>Three marks if the requirement is equal to at least three times the retainer (calculated as the value of both cash payments and equity grants) paid to directors – including the value of grants of shares or share units, and if there is a time frame disclosed for directors to reach their ownership requirement and return to the required level if they fall below. One mark if there is a requirement, but it is lower than three times the value of the retainer and share units. One mark if the company allows directors to meet their ownership value by using a measure other than the current market value of their equity – such as using a historic average value or using the acquisition value of equity at the date it was first obtained. This is because these values over time can lead to lower actual share ownership by directors when the share price declines. Zero marks if there is no share ownership requirement.</p>	<p>Three marks if the requirement is equal to at least three times the retainer (calculated as the value of both cash payments and equity grants) paid to directors – including the value of grants of shares or share units, and if there is a time frame disclosed for directors to reach their ownership requirement and return to the required level if they fall below. Two marks if there is a requirement, but it is lower than three times the value of the retainer and share units. One mark if the company allows directors to meet their ownership value by using a measure other than the current market value of their equity – such as using a historic average value or using the acquisition value of equity at the date it was first obtained. This is because these values over time can lead to lower actual share ownership by directors when the share price declines. Zero marks if there is no share ownership requirement.</p>

<p>12. b) How many shares do directors own? We calculate the value of directors' equity holdings at the end of the fiscal year (typically Dec. 31) and compare that with the value of the retainer paid to directors, which includes both cash payments and any equity grants.</p>	<p>12. b) How many shares do directors own? We calculate the value of directors' equity holdings at the end of the fiscal year (typically Dec. 31) and compare that with the value of the retainer paid to directors, which includes both cash payments and any equity grants.</p>	<p>12. b) How many shares do directors own? We calculate the value of directors' equity holdings at the end of the fiscal year (typically Dec. 31) and compare that with the value of the retainer paid to directors, which includes both cash payments and any equity grants.</p>
<p>To measure director share ownership, we include the value of shares and long-term share units held by the director. We do not include stock options or types of share units that have not yet been earned by directors. Those can include performance units that are contingent on future conditions that have not yet been achieved, or units that only vest if directors stay on the board for a certain number of years into the future and will otherwise be worthless if the director resigns sooner. Such units have not yet been earned by the director, who could resign before the time limit is reached.</p>	<p>To measure director share ownership, we include the value of shares and long-term share units held by the director. We do not include stock options or types of share units that have not yet been earned by directors. Those can include performance units that are contingent on future conditions that have not yet been achieved, or units that only vest if directors stay on the board for a certain number of years into the future and will otherwise be worthless if the director resigns sooner. Such units have not yet been earned by the director, who could resign before the time limit is reached.</p>	<p>To measure director share ownership, we include the value of shares and long-term share units held by the director. We do not include stock options or types of share units that have not yet been earned by directors. Those can include performance units that are contingent on future conditions that have not yet been achieved, or units that only vest if directors stay on the board for a certain number of years into the future and will otherwise be worthless if the director resigns sooner. Such units have not yet been earned by the director, who could resign before the time limit is reached.</p>

Four marks are available, but minus one mark for each director who owns less than three times the annual retainer (including the value of grants of shares or share units). If a director has been on the board less than one year, the ownership requirement does not apply. If a director has been on the board one to two years, the required ownership level is reduced to one times the value of the retainer and share units.	Four marks are available, but minus one mark for each director who owns less than three times the annual retainer (including the value of grants of shares or share units). If a director has been on the board less than one year, the ownership requirement does not apply. If a director has been on the board one to two years, the required ownership level is reduced to one times the value of the retainer and share units.	Four marks are available, but minus one mark for each director who owns less than three times the annual retainer (including the value of grants of shares or share units). If a director has been on the board less than one year, the ownership requirement does not apply. If a director has been on the board one to two years, the required ownership level is reduced to one times the value of the retainer and share units.
Note: This question does not include share ownership of CEOs who are also directors because their share ownership is assessed separately. That means there will be no deduction for this question if the CEO does not meet the director share ownership threshold.	Note: CEOs and board chairs who are also directors are not included in the marking because their share ownership is assessed separately. That means there will be no deduction for this question if the CEO or chair does not meet the director share ownership threshold.	Note: CEOs and board chairs who are also directors are not included in the marking because their share ownership is assessed separately. That means there will be no deduction for this question if the CEO or chair does not meet the director share ownership threshold.
	12. c) How many shares does the chair of the board own? We calculate the value of the chair's equity holdings at the end of the fiscal year and compare that with the value of the retainer paid to the chair, which includes both cash payments and any equity grants. The calculation includes the same equity elements as 12. b).	12. c) How many shares does the chair of the board own? We calculate the value of the chair's equity holdings at the end of the fiscal year and compare that with the value of the retainer paid to the chair, which includes both cash payments and any equity grants. The calculation includes the same equity elements as 12. b).

	One mark if the chair owns more than three times the annual retainer. If the chair has been on the board less than one year, the ownership requirement does not apply. If the chair has been on the board one to two years, the ownership requirement is reduced to one times the value of the retainer and share units.	One mark if the chair owns more than three times the annual retainer. If the chair has been on the board less than one year, the ownership requirement does not apply. If the chair has been on the board one to two years, the ownership requirement is reduced to one times the value of the retainer and share units.
13. a) Is the CEO required to own shares?	13. a) Is the CEO required to own shares?	13. a) Is the CEO required to own shares?
Two marks if there is a requirement to own at least three times the base salary or if the CEO is the company's controlling shareholder. One mark if there is a requirement to own one to two times the base salary. Zero marks if there is no requirement or if the requirement is less than one times the base salary.	Two marks if there is a requirement to own at least three times the base salary or if the CEO is the company's controlling shareholder. One mark if there is a requirement to own one to two times the base salary, or if the CEO can meet the ownership requirement by using a measure other than the current market share of the shares, such as a historic average or the acquisition value of the shares. Zero marks if there is no requirement or if the requirement is less than one times the base salary.	Two marks if there is a requirement to own at least three times the base salary or if the CEO is the company's controlling shareholder. One mark if there is a requirement to own one to two times the base salary, or if the CEO can meet the ownership requirement by using a measure other than the current market share of the shares, such as a historic average or the acquisition value of the shares. Zero marks if there is no requirement or if the requirement is less than one times the base salary.
		13. B) Are other named executive officers (those officers whose compensation is included in the proxy circular) required to own shares?

		One mark is there is a requirement to own shares. Zero marks if there is no requirement, or if the requirement does not apply to all named executive officers, or if it is less than one times the base salary.
13. b) Does the CEO own shares?	13. b) Does the CEO own shares?	13. c) Does the CEO own shares?
To measure CEO share ownership, we include the value of shares and long-term share units held by the CEO. We do not include stock options or types of share units that have not yet been earned. Those can include performance units that are contingent on future conditions that have not yet been achieved or units that only vest if a CEO stays in the job for a certain number of years into the future and will otherwise be worthless if he or she resigns sooner. Such units have not yet been earned by the CEO and could be worthless if he or she resigns before the time limit is reached.	To measure CEO share ownership, we include the value of shares and long-term share units held by the CEO. We do not include stock options or types of share units that have not yet been earned. Those can include performance units that are contingent on future conditions that have not yet been achieved or units that only vest if a CEO stays in the job for a certain number of years into the future and will otherwise be worthless if he or she resigns sooner. Such units have not yet been earned by the CEO and could be worthless if he or she resigns before the time limit is reached.	To measure CEO share ownership, we include the value of shares and long-term share units held by the CEO. We do not include stock options or types of share units that have not yet been earned. Those can include performance units that are contingent on future conditions that have not yet been achieved or units that only vest if a CEO stays in the job for a certain number of years into the future and will otherwise be worthless if he or she resigns sooner. Such units have not yet been earned by the CEO and could be worthless if he or she resigns before the time limit is reached.
Three marks if the CEO owns shares worth at least triple his or her base salary. Two marks if the CEO owns shares worth at least double his or her base salary. One mark if the CEO owns one to two times his or her base salary. Zero marks if the CEO owns shares worth less than one time his or her base salary.	Three marks if the CEO owns shares worth at least triple his or her base salary. Two marks if the CEO owns shares worth at least double his or her base salary. One mark if the CEO owns one to two times his or her base salary. Zero marks if the CEO owns shares worth less than one time his or her base salary.	Two marks if the CEO owns shares worth at least triple his or her base salary. One mark if the CEO owns shares worth less than three times his or her base salary, but worth at least 1 times the base salary. Zero marks if the CEO owns shares worth less than one time his or her base salary.

<p>Note: There is no ownership requirement for CEOs on the job for less than one year. CEOs who have been in the job more than one year but less than three years get three marks if they own shares worth at least one time their base salaries and two marks if they own half to one times their salary.</p>	<p>Note: There is no ownership requirement for CEOs on the job for less than one year. CEOs who have been in the job more than one year but less than three years get three marks if they own shares worth at least one time their base salaries and two marks if they own half to one times their salary.</p>	<p>Note: There is no ownership requirement for CEOs on the job for less than one year. CEOs who have been in the job more than one year but less than three years get three marks if they own shares worth at least one time their base salaries and two marks if they own half to one times their salary.</p>
<p>14. Does the company disclose the total value of the CEO's accumulated shares and share units or equivalent equity holdings in one location in the proxy circular, and are the components broken out individually? This helps shareholders to see whether and how the CEO is financially aligned with shareholders, and illustrates the extent to which the CEO owns common shares versus share units.</p>	<p>14. Does the company disclose the total value of the CEO's accumulated shares and share units or equivalent equity holdings in one location in the proxy circular, and are the components broken out individually? This helps shareholders to see whether and how the CEO is financially aligned with shareholders, and illustrates the extent to which the CEO owns common shares versus share units.</p>	<p>14. Does the company disclose the total current market value of the CEO's accumulated shares and share units or equivalent equity holdings in one location in the proxy circular, and are the components broken out individually?</p>
<p>Two marks if the value of shares and share units is disclosed and the company breaks down how much of the total comes from each type of holding. The value of performance share units and stock options does not have to be included in the list because their ultimate value is uncertain, but there will be no deduction if they are included as separate items if they are clearly explained.</p>	<p>Two marks if the value of shares and share units (including restricted share units) is disclosed and the company breaks down how much of the total comes from each type of holding. The value of performance share units and stock options does not have to be included in the list because their ultimate value is uncertain, but there will be no deduction if they are included as separate items if they are clearly explained.</p>	<p>Two marks if the current market value of shares and share units (including restricted share units) is disclosed and the company breaks down how much of the total comes from each type of holding. The value of performance share units and stock options does not have to be included in the list because their ultimate value is uncertain, but there will be no deduction if they are included as separate items if they are clearly explained.</p>

One mark if the company includes the total value but does not break out the separate components. Also one mark if different types of share units are included together in one item when they include performance units whose future value is uncertain or unknown. One mark if options are included in the total, but the company does not explain how they were valued, such as whether the total is based on a mathematical estimate of the future value of all outstanding options, or if the total only includes the value of options that are currently vested and/or in-the-money. Zero marks if the equity value is not disclosed or if the total does not include the value of all shares and share units.

One mark if the company includes the total value but does not break out the separate components. Also one mark if different types of share units are included together in one item when they include performance units whose future value is uncertain or unknown. One mark if options are included in the total, but the company does not explain how they were valued, such as whether the total is based on a mathematical estimate of the future value of all outstanding options, or if the total only includes the value of options that are currently vested and/or in-the-money. Zero marks if the equity value is not disclosed or if the total does not include the value of all shares and share units.

One mark if the company includes the total value but does not break out the separate components. Also one mark if different types of share units are included together in one item when they include performance share units whose future value is uncertain or unknown. One mark if options are included in the total but the company does not explain how they were valued, such as whether the total is based on a mathematical estimate of the future value of all outstanding options, or whether the total includes only the value of options that are currently vested and/or in-the-money. Zero marks if the equity value is not disclosed or if the total does not include the value of all shares and share units. Also zero marks if the disclosed share ownership level for the CEO is not the current market value, but is instead a historic value, such as the value when the shares were acquired or a historic average price. Companies can calculate the ownership value using an average share price for up to the prior 30 days, but the average must be used consistently each year and not only when an average increases the share ownership level.

15. Does the company have an anti-hedging policy – without allowing exceptions – for the CEO? Such rules prohibit executives from using derivatives or other financial instruments to retain legal ownership of their shares while reducing their exposure to changes in the share price.	15. Does the company have an anti-hedging policy – without allowing exceptions – for the CEO? Such rules prohibit executives from using derivatives or other financial instruments to retain legal ownership of their shares while reducing their exposure to changes in the share price.	15. Does the company have an anti-hedging policy – without allowing exceptions – for the CEO? Such rules prohibit executives from using derivatives or other financial instruments to retain legal ownership of their shares while reducing their exposure to changes in the share price.
One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.
16. a) How well does the company disclose the compensation policies it applies when deciding CEO bonuses? Does it provide a percentage weighting of the factors that are considered in determining the CEO's bonus?	16. a) How well does the company disclose the compensation policies it applies when deciding CEO bonuses? Does it provide a percentage weighting of the factors that are considered in determining the CEO's bonus?	16. a) How well does the company disclose the compensation policies it applies when deciding CEO bonuses? Does it provide a percentage weighting of the factors that are considered in determining the CEO's bonus?
One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.
16. b) Does the company provide details of the specific target amounts that have to be achieved in each area?	16. b) Does the company provide details of the specific target amounts that have to be achieved in each area?	16. b) Does the company provide details of the specific target amounts that have to be achieved in each area?
Two marks if all target specifics are given, one mark if targets are given but all specifics are not provided. Zero if no target details are provided.	Two marks if all target specifics are given, one mark if targets are given but all specifics are not provided. Zero if no target details are provided.	Two marks if all target specifics are given, one mark if targets are given but all specifics are not provided. Zero if no target details are provided.
16. c) Does the company explain the outcome of what actually happened with the performance goals and how the outcome affected the CEO's bonus?	16. c) Does the company explain the outcome of what actually happened with the performance goals and how the outcome affected the CEO's bonus?	16. c) Does the company explain the outcome of what actually happened with the performance goals and how the outcome affected the CEO's bonus?

One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.
	16. d) Can the CEO receive no bonus under the bonus plan design? This addresses investor concerns that some bonus programs virtually guarantee at least some level of payout even when performance is weak, eroding the value of bonuses as rewards for good performance.	16. D) CAN THE CEO RECEIVE NO BONUS UNDER THE BONUS PLAN DESIGN? THIS ADDRESSES INVESTOR CONCERNS THAT SOME BONUS PROGRAMS VIRTUALLY GUARANTEE AT LEAST SOME LEVEL OF PAYOUT EVEN WHEN PERFORMANCE IS WEAK, ERODING THE VALUE OF BONUSES AS REWARDS FOR GOOD PERFORMANCE.
	One mark if yes, zero marks if no. Zero marks if the disclosure is not clear about whether a portion of the bonus can be paid whatever the performance.	One mark if yes, zero marks if no. Zero marks if the disclosure is not clear about whether a portion of the bonus can be paid whatever the performance.
17. a) Does the company compare its performance with that of peers and make relative performance a factor in determining payouts for the CEO's cash bonus, performance-share-unit or performance-stock-option plan?	17. a) Does the company compare its performance with that of peers and make relative performance a factor in determining payouts for the CEO's cash bonus, performance-share-unit or performance-stock-option plan?	17. a) Does the company compare its performance with that of peers and make relative performance a factor in determining payouts for the CEO's cash bonus, performance-share-unit or performance-stock-option plan?

<p>This means compensation is affected by a company's comparative performance and not just improvements in absolute terms, addressing concerns that executives can underperform their peers but be paid a bonus for improved results due to external economic factors such as commodity prices. Using relative performance metrics does not mean comparing or benchmarking pay to compensation levels of peers, but measuring this year's performance achievements to peers. One mark if the company discloses whether or not cash bonus or performance equity payouts are based on performance relative to a peer group of similar companies. Also one mark if the CEO does not participate in any short-, medium- and long-term incentive plans. Zero marks if payouts are not based on relative performance metrics.</p>	<p>This means compensation is affected by a company's comparative performance and not just improvements in absolute terms, addressing concerns that executives can underperform their peers but be paid a bonus for improved results due to external economic factors such as commodity prices. Using relative performance metrics does not mean comparing or benchmarking pay to compensation levels of peers, but measuring this year's performance achievements to peers. One mark if the company discloses whether or not cash bonus or performance equity payouts are based on performance relative to a peer group of similar companies. Also one mark if the CEO does not participate in any short-, medium- and long-term incentive plans. Zero marks if payouts are not based on relative performance metrics.</p>	<p>This means compensation is affected by a company's comparative performance and not just improvements in absolute terms, addressing concerns that executives can underperform their peers but be paid a bonus for improved results due to external economic factors such as commodity prices. Using relative performance metrics does not mean comparing or benchmarking pay to compensation levels of peers, but measuring this year's performance achievements to peers. One mark if the company links cash bonus or performance equity payouts to performance relative to a peer group of similar companies. Also one mark if the CEO does not participate in any short-, medium- and long-term incentive plans due to extensive current share ownership. Zero marks if payouts are not based on relative performance metrics.</p>
<p>17. b) Does the company disclose the composition of the peer group used for comparing relative performance? For example, if relative total shareholder return (TSR) is a performance metric, does the company disclose the peers that TSR is measured against?</p>	<p>17. b) Does the company disclose the composition of the peer group used for comparing relative performance? For example, if relative total shareholder return (TSR) is a performance metric, does the company disclose the peers that TSR is measured against?</p>	<p>17. b) Does the company disclose the composition of the peer group used for comparing relative performance? For example, if relative total shareholder return (TSR) is a performance metric, does the company disclose the peers that TSR is measured against?</p>
<p>One mark if yes, zero if no or if no peer group is used.</p>	<p>One mark if yes, zero if no or if no peer group is used.</p>	<p>One mark if yes, zero if no or if no peer group is used.</p>

Note: If the company only uses a peer group for setting its general pay levels and not for measuring this year's performance achievements, no points will be given.	Note: If the company only uses a peer group for setting its general pay levels and not for measuring this year's performance achievements, no points will be given.	Note: If the company only uses a peer group for setting its general pay levels and not for measuring this year's performance achievements, no points will be given.
17. c) Does the company explain the rationale for the peer group it has chosen for measuring its comparative performance for equity payouts? For example, a company might say peer group members are similar-sized companies or operate in the same industry or have similar business characteristics.	17. c) Does the company explain the rationale for the peer group it has chosen for measuring its comparative performance for equity payouts? For example, a company might say peer group members are similar-sized companies or operate in the same industry or have similar business characteristics.	17. c) Does the company explain the rationale for the peer group it has chosen for measuring its comparative performance for equity payouts? For example, a company might say peer group members are similar-sized companies or operate in the same industry or have similar business characteristics.
One mark if yes, zero marks if no.	One mark if yes, zero marks if no.	One mark if yes, zero marks if no.
Note: if the company only uses a peer group for setting its general pay levels and not for measuring this year's performance achievements, no points will be given.	Note: if the company only uses a peer group for setting its general pay levels and not for measuring this year's performance achievements, no points will be given.	Note: If the company only uses a peer group for setting its general pay levels and not for measuring this year's performance achievements, no points will be given.
18. Are there performance hurdles for stock options or share units, beyond simply requiring the share price to rise over time?	18. a) Are there performance hurdles for stock options or share units, beyond simply requiring the share price to rise over time?	18. a) Are there performance hurdles for stock options or share units, beyond simply requiring the share price to rise over time?
Two marks if yes, zero if no. Two marks if the company never pays the CEO with options or share units.	One mark if yes, zero if no. One mark if the company never pays the CEO with options or share units.	One mark if yes, zero if no. One mark if the company never pays the CEO with options or share units.

	<p>18. b) Can there be no payout for the CEO's performance-based options or performance share units? This addresses investor concerns that metrics for some performance share units allow some level of payout under any scenario, even when performance is weak. There must be the possibility for no payout as part of the compensation formula. It is not acceptable to only say the board could later apply discretion to pay no award because it is unclear whether this will occur.</p>	<p>18. B) CAN THERE BE NO PAYOUT FOR THE CEO'S PERFORMANCE-BASED OPTIONS OR PERFORMANCE SHARE UNITS? THIS ADDRESSES INVESTOR CONCERNS THAT METRICS FOR SOME PERFORMANCE SHARE UNITS ALLOW SOME LEVEL OF PAYOUT UNDER ANY SCENARIO, EVEN WHEN PERFORMANCE IS WEAK. THERE MUST BE THE POSSIBILITY FOR NO PAYOUT AS PART OF THE COMPENSATION FORMULA. IT IS NOT ACCEPTABLE TO ONLY SAY THE BOARD COULD LATER APPLY DISCRETION TO PAY NO AWARD BECAUSE IT IS UNCLEAR WHETHER THIS WILL OCCUR.</p>
	<p>One mark if yes, zero if no. One mark if the company never pays the CEO with any options or share units.</p>	<p>One mark if yes, zero if no. One mark if the company never pays the CEO with any options or share units.</p>
<p>19. Does the company provide a "look back" or "back testing" table in the proxy circular showing how much the CEO has earned over the past five years from all compensation elements, including long-term features such as stock options and share units? The table must show investors how the CEO's actual pay compared to the intended compensation reported at the time of granting.</p>	<p>19. Does the company provide a "look back" or "back testing" table in the proxy circular showing how much the CEO has earned over the past five years from all compensation elements, including long-term features such as stock options and share units? The table must show investors how the CEO's actual pay compared with the</p>	<p>19. Does the company provide a "look back" or "back testing" table in the proxy circular showing how much the CEO has earned over the past five years from all compensation elements, including long-term features such as stock options and share units? The table must show investors how the CEO's actual pay compared with the intended compensation reported at the time of granting.</p>

	intended compensation reported at the time of granting.	
One mark if there is a "look back" chart and all long-term pay elements are included with an annual breakdown showing the amount awarded in each year over the past five years, and how the actual payout outcome compares to the intended compensation for each year over the past five years. Zero marks if no information is provided or if it does not include all pay elements.	One mark if there is a "look back" chart and all long-term pay elements are included with an annual breakdown showing the amount awarded in each year over the past five years, and how the actual payout outcome compares with the intended compensation for each year over the past five years. Zero marks if no information is provided or if it does not include all pay elements.	One mark if there is a “look back” chart and all long-term pay elements are included with an annual breakdown showing the amount awarded in each year over the past five years, and how the actual payout outcome compares to the intended compensation for each year over the past five years. Zero marks if no information is provided or if it does not include all pay elements.
Note: If a new CEO has been on the job for less than a year, one mark even if there is not a "look back" chart. For CEOs with more than one year but less than five years of tenure, the look back chart should cover their full period on the job.	Note: If a new CEO has been on the job for less than a year, one mark even if there is not a "look back" chart. For CEOs with more than one year but less than five years of tenure, the look-back chart should cover their full period on the job.	Note: If a new CEO has been on the job for less than a year, one mark even if there is not a “look back” chart. For CEOs with more than one year but less than five years of tenure, the chart should cover their full period on the job.
20. Does the company disclose the gains reaped by executives from exercising stock options over the prior year?	20. Does the company disclose the gains reaped by executives from exercising stock options over the prior year?	20. Does the company disclose the gains reaped by executives from exercising stock options over the prior year?
Two marks if yes, zero if no.	Two marks if yes, zero if no.	Two marks if yes, zero if no.

<p>21. Does the company disclose the total cost of compensation to the top executive team as a percentage of the total profit or total shareholder return for the year, or does the company include a table or graph that compares total executive compensation to financial performance over at least three years?</p>	<p>21. Does the company disclose the total cost of compensation to the top executive team compared with a financial metric such as income or revenue? It is not acceptable to only provide disclosure that compares the cost of compensation to share price growth. This is because comparison to a financial metric such as income makes it clear how much compensation costs relative to the company's financial resources.</p>	<p>21. Does the company disclose the total cost of compensation to the top executive team compared to a financial metric such as income or revenue? it is not acceptable to only provide disclosure that compares the cost of compensation to the rate of share price growth. This is because comparison to a financial metris such as income makes it clear how much the compensation costs relative to the company's financial resources. The calculation should show a percentage, and not an approximation such as "less than 1 per cent of revenue."</p>
One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.
Shareholder rights, worth 27 marks out of 100	Shareholder rights, worth 26 marks out of 100	Shareholder rights, worth 28 marks out of 100
<p>22. a) Does the company give shareholders an advisory vote on executive compensation (known as say-on-pay)?</p>	<p>22. Does the company give shareholders an advisory vote on executive compensation (known as say-on-pay)? If the company received less than 70 per cent support on its say-on-pay vote in the prior year, does it clearly explain in its proxy circular what changes it has made to its compensation plan?</p>	<p>22. Does the company give shareholders an advisory vote on executive compensation (known as say-on-pay)? If the company received less than 70 per cent support on its say-on-pay vote in the prior year, does it clearly explain in its proxy circular what changes it has made to its compensation plan?</p>

Three marks if yes, zero if no.	Three marks if there is a say-on-pay vote, one mark if there is a vote but the company has not explained its response to a low vote in the prior year, zero marks if there is no vote.	Three marks if there is a say-on-pay vote, one mark if there is a vote but the company has not explained its response to a low vote in the prior year, zero marks if there is no vote.
	Note: It must be clear how many votes were cast both "for" and "withheld" either by giving both numbers, or by giving "for" and the total number of votes cast. Just disclosing the "for" vote alone without context is not sufficient.	
22. b) Does the company report its annual voting results for each item on the proxy in its "report of voting results" document filed with regulators, including votes for directors, say on pay votes, and all other items on the proxy circular? Disclosure must include the number or percentage of shares voted on each matter.		
One mark if yes, zero if no.		
Note: It must be clear how many votes were cast both "for" and "withheld" either by giving both numbers, or by giving "for" and the total number of votes cast. Just disclosing the "for" vote alone without context is not sufficient.		
		23. Does the company disclose how shareholders can engage with the board, beyond routine contact?

		<p>Two marks if there is a description of a shareholder engagement process outlined in the proxy circular and if the company provides information about how to directly contact the board. The proxy circular needs to offer details or examples of specific things the company has done to engage with shareholders, beyond inviting shareholders to attend the annual general meeting. The contact information must include a way to reach the board directly, such as an e-mail or postal address for the board or the chair of the board. It is not sufficient to only provide indirect contact information, such as including the company's general mailing address in the proxy circular or directing investors to the company's website. Zero marks if no shareholder engagement process is described in the proxy or if there is no board contact information.</p>
<p>23. Does the company disclose it has a provision to "claw back" bonus payments to the CEO if wrongdoing is discovered?</p>	<p>23. Does the company disclose it has a provision to "claw back" bonus payments to the CEO if wrongdoing is discovered?</p>	<p>23. Does the company disclose it has a provision to "claw back" bonus payments to the CEO if wrongdoing is discovered?</p>

Two marks if yes, and if the policy allows directors to require a "clawback" of payments for anything the board determines to constitute wrongdoing. One mark if there is a policy, but clawbacks can only be ordered if the company's financial statements have been restated due to wrongdoing. Zero marks if there is no policy.	Two marks if yes, and if the policy allows directors to require a "clawback" of payments for anything the board determines to constitute wrongdoing. One mark if there is a policy, but clawbacks can only be ordered if the company's financial statements have been restated due to wrongdoing. Zero marks if there is no policy.	Two marks if yes, and if the policy allows directors to require a "clawback" of payments for anything the board determines to constitute wrongdoing. One mark if there is a policy, but clawbacks can only be ordered if the company's financial statements have been restated due to wrongdoing. Zero marks if there is no policy.
24. Does the company have a holding period for shares after a CEO leaves the company to ensure there is a performance "tail" to the CEO's work? This is an incentive to make good long-term decisions prior to departure. Minimum requirement is a one-year holding period after leaving the company.	24. Does the company have a holding period for shares after a CEO leaves the company to ensure there is a performance "tail" to the CEO's work? This is an incentive to make good long-term decisions prior to departure. Minimum requirement is a one-year holding period after leaving the company.	25. Does the company have a holding period for shares after a CEO leaves the company to ensure there is a performance "tail" to the CEO's work? This is an incentive to make good long-term decisions prior to departure. Minimum requirement is a one-year holding period after leaving the company.
One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.
25. Does the company require a double-trigger before paying compensation and permitting equity units to vest for top executives upon a change of control? Such a rule means executives don't automatically receive payments when a company's ownership changes unless they also lose their jobs.	25. Does the company require a double-trigger before paying compensation and permitting equity units to vest for top executives upon a change of control? Such a rule means executives don't automatically receive payments when a company's ownership changes unless they also lose their jobs.	26. Does the company require a double-trigger before paying compensation and permitting equity units to vest for top executives upon a change of control? Such a rule means executives don't automatically receive payments when a company's ownership changes unless they also lose their jobs.
One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.

<p>Note: One mark if the company has no change-of-control payment provisions. Zero marks if the company allows executives to resign voluntarily after a change of control and still receive payments, unless the permitted circumstances are detailed in the proxy circular. Such reasons might include a material change in responsibilities or a relocation of a job, but they must be specified. Companies cannot simply state that executives can resign for "good reasons" and receive severance payments.</p>	<p>Note: One mark if the company has no change-of-control payment provisions. Zero marks if the company allows executives to resign voluntarily after a change of control and still receive payments, unless the permitted circumstances are detailed in the proxy circular. Such reasons might include a material change in responsibilities or a relocation of a job, but they must be specified. Companies cannot simply state that executives can resign for "good reasons" and receive severance payments.</p>	<p>Note: One mark if the company has no change-of-control payment provisions. Zero marks if the company allows executives to resign voluntarily after a change of control and still receive payments, unless the permitted circumstances are detailed in the proxy circular. Such reasons might include a material change in responsibilities or a relocation of a job, but they must be specified. Companies cannot simply state that executives can resign for "good reasons" and receive severance payments.</p>
<p>26. a) Are stock options excessively dilutive? Dilution is based on "overhang" or the number of options outstanding at the company's fiscal year-end as well as the number of options approved for future issuance, expressed as a percentage of all shares outstanding. Where the company has more than one class of shares, dilution is measured for whichever class of shares is diluted by the outstanding options.</p>	<p>26. a) Are stock options excessively dilutive? Dilution is based on "overhang" or the number of options outstanding at the company's fiscal year-end as well as the number of options approved for future issuance, expressed as a percentage of all shares outstanding. Where the company has more than one class of shares, dilution is measured for whichever class of shares is diluted by the outstanding options.</p>	<p>27. A) Are stock options excessively dilutive? Dilution is based on "overhang" or the number of options outstanding at the company's fiscal year-end as well as the number of options approved for future issuance, expressed as a percentage of all shares outstanding. Where the company has more than one class of shares, dilution is measured for whichever class of shares is diluted by the outstanding options.</p>

Two marks if the dilution is less than 5 per cent of outstanding shares, or if the company has no option plan. One mark if the dilution is between 5 and 8 per cent of outstanding shares. Zero marks if the dilution is over 8 per cent. Zero marks if the company has adopted an evergreen option plan that automatically "reloads" the number of options available for issuance – even if the option dilution level falls within the guidelines listed above. And zero marks if the company has repriced any of its options within the prior year.	Two marks if the dilution is less than 5 per cent of outstanding shares, or if the company has no option plan. One mark if the dilution is between 5 and 8 per cent of outstanding shares. Zero marks if the dilution is over 8 per cent. Zero marks if the company has adopted an evergreen option plan that automatically "reloads" the number of options available for issuance – even if the option dilution level falls within the guidelines listed above. And zero marks if the company has repriced any of its options within the prior year.	Two marks if the dilution is less than 5 per cent of outstanding shares, or if the company has no option plan. One mark if the dilution is between 5 and 8 per cent of outstanding shares. Zero marks if the dilution is over 8 per cent. Zero marks if the company has adopted an evergreen option plan that automatically "reloads" the number of options available for issuance – even if the option dilution level falls within the guidelines listed above. And zero marks if the company has repriced any of its options within the prior year.
26. b) Is the annual stock option grant rate excessive?	26. b) Is the annual stock option grant rate excessive?	27. b) Is the annual stock option grant rate excessive?
Two marks if the number of options granted in the prior fiscal year was less than 1 per cent of all shares outstanding. One mark if the grant rate was between 1 and 1.5 per cent. Zero marks if the grant rate exceeded 1.5 per cent annually.	Two marks if the number of options granted in the prior fiscal year was less than 1 per cent of all shares outstanding. One mark if the grant rate was between 1 and 1.5 per cent. Zero marks if the grant rate exceeded 1.5 per cent annually.	Two marks if the number of options granted in the prior fiscal year was less than 1 per cent of all shares outstanding. One mark if the grant rate was between 1 and 1.5 per cent. Zero marks if the grant rate exceeded 1.5 per cent annually.
26. c) Is there a vesting period before options can be exercised?	26. c) Is there a vesting period before options can be exercised?	27. c) Is there a vesting period before options can be exercised?

Two marks if yes. Zero marks if some options vest in less than 12 months after issuance, including director options.	Two marks if yes and at least some of the options vest over at least five years. This encourages a long-term focus by management. One mark if all options vest between one year and four years. Zero marks if any options vest in less than one year.	Two marks if yes and at least some of the options vest over at least five years. This encourages a long-term focus by management. One mark if all options vest between one year and four years. Zero marks if any options vest in less than one year.
27. a) Does the company calculate and display the year-end dilution level of stock options as a percentage of shares outstanding?	27. a) Does the company calculate and display the year-end dilution level of stock options as a percentage of shares outstanding?	28. a) Does the company calculate and display the year-end dilution level of stock options as a percentage of shares outstanding?
One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.
27. b) Does the company calculate and display the prior year's grant rate for option grants as a percentage of shares outstanding?	27. b) Does the company calculate and display the prior year's grant rate for option grants as a percentage of shares outstanding?	28. b) Does the company calculate and display the prior year's grant rate for option grants as a percentage of shares outstanding
		The burn rate should be expressed as a percentage, calculated by dividing the number of new options granted in the prior year by the total number of shares outstanding. Credit will not be given if the number of options granted in the prior year is in any way modified, for example by subtracting options that have expired, cancelled or were terminated in the prior year.
One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.

28. Does the company award stock options to directors?	28. Does the company pay directors using stock options or performance-based compensation such as performance share units or cash bonuses? (This does not include shares or share units that are not contingent on reaching performance goals.)	29. Does the company pay directors using stock options or performance-based compensation such as performance share units or cash bonuses? (This does not include shares or share units that are not contingent on reaching performance goals.)
One mark if no, zero if yes.	One mark if no, zero if yes.	One mark if no, zero if yes.
29. Do all shareholders have equal voting rights?	29. Do all shareholders have equal voting rights?	30. Do all shareholders have equal voting rights?
This question looks at voting rights in two steps, first assessing whether there are non-voting or subordinate voting shares, then assessing whether there are other types of unequal voting rights. Companies with equal voting rights for all shareholders can score a maximum of 10 marks.	This question looks at voting rights in two steps, first assessing whether there are non-voting or subordinate voting shares, then assessing whether there are other types of unequal voting rights. Companies with equal voting rights for all shareholders can score a maximum of 10 marks.	This question looks at voting rights in two steps, first assessing whether there are non-voting or subordinate voting shares, then assessing whether there are other types of unequal voting rights. Companies with equal voting rights for all shareholders can score a maximum of 10 marks.
Companies start with 10 marks if they have no dual-class shares. If there are subordinate voting shares, marks are reduced depending on the gap between the percentage of votes controlled by the superior voting shares and the percentage of the company's equity they represent, using the following guidelines: Four marks if the vote-to-equity ratio is less than 3:1. Three marks if the ratio is between 3:1 and 4:1. Two marks if the ratio is between 4:1	Companies start with 10 marks if they have no dual-class shares. If there are subordinate voting shares, marks are reduced depending on the gap between the percentage of votes controlled by the superior voting shares and the percentage of the company's equity they represent, using the following guidelines: Four marks if the vote-to-equity ratio is less than 3:1. Three marks if the ratio is between 3:1 and 4:1. Two marks if the	Companies start with 10 marks if they have no dual-class shares. If there are subordinate voting shares, marks are reduced depending on the gap between the percentage of votes controlled by the superior voting shares and the percentage of the company's equity they represent, using the following guidelines: Four marks if the vote-to-equity ratio is less than 3:1. Three marks if the ratio is between 3:1 and 4:1. Two marks if the ratio is between 4:1

and 5:1. Zero marks if the ratio is 5:1 or worse.	ratio is between 4:1 and 5:1. Zero marks if the ratio is 5:1 or worse.	and 5:1. Zero marks if the ratio is 5:1 or worse.
If the company has no dual-class shares, we will then review two other issues related to voting rights, each worth a maximum of five marks.	If the company has no dual-class shares, we will then review two other issues related to voting rights, each worth a maximum of five marks.	If the company has no dual-class shares, we will then review two other issues related to voting rights, each worth a maximum of five marks.
The first issue is whether shareholders can elect the whole board, or whether some directors are appointed (by a shareholder or manager, for example) so that their names don't appear on the proxy ballot.	The first issue is whether shareholders can elect the whole board, or whether some directors are appointed (by a shareholder or manager, for example) so that their names don't appear on the proxy ballot.	The first issue is whether shareholders can elect the whole board, or whether some directors are appointed (by a shareholder or manager, for example) so that their names don't appear on the proxy ballot.
Five marks if all directors are elected, three marks if one director is appointed and not elected, two marks if more than one is appointed if not a majority, zero marks if a majority are appointed and not elected.	Five marks if all directors are elected, three marks if one director is appointed and not elected, two marks if more than one is appointed if not a majority, zero marks if a majority are appointed and not elected.	Five marks if all directors are elected, three marks if one director is appointed and not elected, two marks if more than one is appointed if not a majority, zero marks if a majority are appointed and not elected.

<p>The second issue looks at whether any party – an administrator, manager or shareholder, for example – has rights unequal to ownership. For example, can anyone nominate directors out of proportion to ownership? Can anyone veto key issues – such as changes to senior management or assets sales and purchases – without owning a majority of the shares?</p>	<p>The second issue looks at whether any party – an administrator, manager or shareholder, for example – has rights unequal to ownership. For example, can anyone nominate directors out of proportion to ownership? Can anyone veto key issues – such as changes to senior management or assets sales and purchases – without owning a majority of the shares?</p>	<p>The second issue looks at whether any party – an administrator, manager or shareholder, for example – has rights unequal to ownership. For example, can anyone nominate directors out of proportion to ownership? Can anyone veto key issues – such as changes to senior management or assets sales and purchases – without owning a majority of the shares?</p>
<p>Five marks if all rights are equal, three marks if a party has disproportionate rights compared with ownership stake, zero marks if a party has rights that have little or no relationship to ownership stake.</p>	<p>Five marks if all rights are equal, three marks if a party has disproportionate rights compared with ownership stake, zero marks if a party has rights that have little or no relationship to ownership stake.</p>	<p>Five marks if all rights are equal, three marks if a party has disproportionate rights compared with ownership stake, zero marks if a party has rights that have little or no relationship to ownership stake.</p>
Disclosure, worth 10 marks out of 100	Disclosure, worth 10 marks out of 100	Disclosure, worth 10 marks out of 100
30. Does the company provide a full explanation of which directors are related and unrelated and why?	30. Does the company provide a full explanation of which directors are related and which are independent and why?	31. Does the company provide a full explanation of which directors are related and which are independent and why?

One mark if there is full disclosure and if the disclosure is included in the part of the proxy circular where companies discuss which directors on the board are related or unrelated. Zero marks if company does not disclose a director's relationship in the proxy circular.	One mark if there is full disclosure and if the disclosure is included in the part of the proxy circular where companies discuss which directors on the board are related or unrelated. Zero marks if company does not disclose a director's relationship in the proxy circular.	One mark if there is full disclosure and if the disclosure is included in the part of the proxy circular where companies discuss which directors on the board are related or unrelated. Zero marks if company does not disclose a director's relationship in the proxy circular.
31. Does the company disclose detailed biographies to explain directors' qualifications to represent shareholders? Relevant information might include educational background, non-profit affiliations, industry experience, career highlights or special achievements. Does the proxy circular specify the skills or areas of expertise of each director in the form of a "skills matrix" or in another format? The details must be explicitly laid out – it is not adequate to assume they can be inferred by reading a basic biography.	31. Does the company disclose detailed biographies to explain directors' qualifications to represent shareholders? Relevant information might include educational background, non-profit affiliations, industry experience, career highlights or special achievements. Does the proxy circular specify the skills or areas of expertise of each director in the form of a "skills matrix" or in another format? The details must be explicitly laid out – it is not adequate to assume they can be inferred by reading a basic biography.	32. Does the company disclose detailed biographies to explain directors' qualifications to represent shareholders? Relevant information might include educational background, non-profit affiliations, industry experience, career highlights or special achievements. Does the proxy circular specify the skills or areas of expertise of each director in the form of a "skills matrix" or in another format? The details must be explicitly laid out – it is not adequate to assume they can be inferred by reading a basic biography.
One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.	One mark if yes, zero if no.
32. Does the company disclose in its shareholder proxy circular the voting results for directors in the prior year's board elections, as well as the results for the company's say on pay vote if one was held in the prior year? Such disclosure assists investors in easily reviewing voting	32. Does the company disclose in its shareholder proxy circular the voting results for directors in the prior year's board elections, as well as the results for the company's say on pay vote if one was held in the prior year? Such disclosure assists investors in easily	33. Does the company disclose in its shareholder proxy circular the voting results for directors in the prior year's board elections, as well as the results for the company's say on pay vote if one was held in the prior year? Such disclosure assists investors in easily reviewing voting

information that can otherwise be complicated to access.	reviewing voting information that can otherwise be complicated to access.	information that can otherwise be complicated to access.
One mark if yes, or if the company did not have a vote for directors in the prior year because it is a newly public firm. Zero marks if no. Also zero marks if the company reports the voting result, but nominates a director for election in the current year who did not receive a majority of "for" votes in the prior year's board election.	One mark if yes, or if the company did not have a vote for directors in the prior year because it is a newly public firm. Zero marks if no. Also zero marks if the company reports the voting result, but nominates a director for election in the current year who did not receive a majority of "for" votes in the prior year's board election.	One mark if yes, or if the company did not have a vote for directors in the prior year because it is a newly public firm. Zero marks if no. Also zero marks if the company reports the voting result, but nominates a director for election in the current year who did not receive a majority of "for" votes in the prior year's board election.
33. Did directors attend all meetings and does the company remove directors with poor attendance?	33. Did directors attend all meetings and does the company remove directors with poor attendance?	34. Did directors attend all meetings and does the company remove directors with poor attendance?
Two marks if all board and committee meeting attendance is disclosed and board members attended at least three-quarters of board and committee meetings. One mark if any board member has missed more than one-quarter of meetings and is not put up for re-election. Zero marks if committee attendance is not disclosed, or if a board member or a committee member missed more than one-quarter of meetings and is put up for re-election.	Two marks if all board and committee meeting attendance is disclosed and board members attended at least three-quarters of board and committee meetings. One mark if any board member has missed more than one-quarter of meetings and is not put up for re-election. Zero marks if committee attendance is not disclosed, or if a board member or a committee member missed more than one-quarter of meetings and is put up for re-election.	Two marks if all board and committee meeting attendance is disclosed and board members attended at least three-quarters of board and committee meetings. One mark if any board member has missed more than one-quarter of meetings and is not put up for re-election. Zero marks if committee attendance is not disclosed, or if a board member or a committee member missed more than one-quarter of meetings and is put up for re-election.

34. a) Does the company disclose the total accumulated value (a dollar amount, not just number of units held) of directors' equity holdings, including shares and vested deferred share units?	34. a) Does the company disclose the total accumulated value (a dollar amount, not just number of units held) of directors' equity holdings, including shares and vested deferred share units?	35. a) Does the company disclose the total accumulated value (a dollar amount, not just number of units held) of directors' equity holdings, including shares and vested deferred share units?
Two marks if yes, zero if no. Also zero marks if the company discloses the value of directors' equity holding but the total includes stock options or unvested share units, which are compensation that has not been realized yet and may not be earned.	Two marks if yes, zero if no. Also zero marks if the company discloses the value of directors' equity holding but the total includes stock options or unvested share units, which are compensation that has not been realized yet and may not be earned.	Two marks if yes, zero if no. Also zero marks if the company discloses the value of directors' equity holding but the total includes stock options or unvested share units, which are compensation that has not been realized yet and may not be earned.
		Also zero marks if the disclosed share ownership level of each director is not the current market value, but is instead a historic value, such as the value when the shares were acquired or a historic average price. Companies can calculate the ownership value using an average share price for the prior 30 days, but the average must be used consistently each year and not only when an average increases the share ownership level.
34. b) Does the company explain how each director's share ownership meets (or fails to meet) the required share ownership guideline? For example, does the equity ownership chart include a column showing how the ownership compares with the requirement as a percentage, multiple or dollar value compared to the requirement?	34. b) Does the company explain how each director's share ownership meets (or fails to meet) the required share ownership guideline? The disclosure must show the number or value of shares required to be owned, the director's equity ownership level, and must explain how the ownership	35. b) Does the company explain how each director's share ownership meets (or fails to meet) the required share ownership guideline? The disclosure must show the number or value of shares required to be owned, the director's equity ownership level, and must explain how the ownership compares to the requirement as a percentage, multiple or dollar value.

	compares to the requirement as a percentage, multiple or dollar value.	
One mark if yes, zero if no. Zero if there is no ownership requirement.	Note: The ownership must be presented in the same units as the requirement. For example, if directors are required to own a certain dollar value of shares or a specific number of shares, the chart should compare the requirement to the actual ownership in those units.	Note: The ownership must be presented in the same units as the requirement. For example, if directors are required to own a certain dollar value of shares or a specific number of shares, the chart should compare the requirement to the actual ownership in those units.
	One mark all the elements are clearly presented, zero if any of the elements are not disclosed for each director. Zero if there is no share ownership requirement for directors. Also zero marks if the disclosed share ownership level of each director is not the current market value, but is instead a historic value as the value when the shares were acquired or a historic average value.	One mark all the elements are clearly presented, zero if any of the elements are not disclosed for each director. Zero if there is no share ownership requirement for directors. Also zero marks if the disclosed share ownership level of each director is not the current market value, but is instead a historic value as the value when the shares were acquired or a historic average value.
35. a) Does the company disclose directors' ages?	35. a) Does the company disclose directors' ages?	36. a) Does the company disclose directors' ages?
One mark if yes, zero marks if no.	One mark if yes, zero marks if no.	One mark if yes, zero marks if no.

35. b) Does the company disclose whether or not it has a retirement age policy for directors, and what the details of a policy are?	35. b) Does the company disclose whether or not it has a retirement age policy for directors, and what the details of a policy are?	36. b) Does the company disclose whether or not it has a retirement age policy for directors, and what the details of a policy are?
One mark if yes, or if company states it has no retirement age policy for its directors. Zero marks if no disclosure.	One mark if yes, or if company states it has no retirement age policy for its directors. Zero marks if no disclosure.	One mark if yes, or if company states it has no retirement age policy for its directors. Zero marks if no disclosure.
Note: The disclosure must be explicit, and marks will not be given for generic statements about board renewal that do not specifically mention retirement age policies.	Note: The disclosure must be explicit, and marks will not be given for generic statements about board renewal that do not specifically mention retirement age policies.	Note: The disclosure must be explicit, and marks will not be given for generic statements about board renewal that do not specifically mention retirement age policies.

ANNEXE 10

LES RÉSULTATS DU GLOBE AND MAIL CORPORATE BOARD GAMES – 2018 ABRÉGÉS PAR CATÉGORIE

Ran k	Ticker	Company name	Industry group	Total (out of 100)	Board compositio n	Shareholding and compensatio n	Shareholde r rights	Disclosur e
1	<u>MFC-T</u>	Manulife Financial Corp.	Financials	100	32	30	28	10
2	<u>IFC-T</u>	Intact Financial Corp.	Financials	99	32	29	28	10
3	<u>CSH.UN- T</u>	Chartwell Retirement Residences	Health Care	98	32	29	27	10
3	<u>SLF-T</u>	Sun Life Financial Inc.	Financials	98	32	29	27	10
3	<u>SU-T</u>	Suncor Energy Inc.	Energy	98	32	30	26	10
6	<u>BNS-T</u>	Bank of Nova Scotia	Financials	97	30	30	27	10
7	<u>BMO-T</u>	Bank of Montreal	Financials	96	31	28	27	10
7	<u>CM-T</u>	Canadian Imperial Bank of Commerce	Financials	96	32	27	27	10

7	<u>CNR-T</u>	Canadian National Railway Co.	Industrials	96	31	30	25	10
7	<u>IAG-T</u>	iA Financial Corporation Inc.	Financials	96	31	28	27	10
7	<u>MSI-T</u>	Morneau Shepell Inc.	Industrials	96	31	28	27	10
7	<u>RY-T</u>	Royal Bank of Canada	Financials	96	32	29	27	8
13	<u>EMA-T</u>	Emera Inc.	Utilities	95	32	29	24	10
13	<u>MRU-T</u>	Metro Inc.	Consumer Staples	95	32	29	25	9
13	<u>SIA-T</u>	Sienna Senior Living Inc.	Health Care	95	32	29	24	10
13	<u>SNC-T</u>	SNC-Lavalin Group Inc.	Industrials	95	31	28	26	10
13	<u>TRP-T</u>	TC Energy Corp.	Energy	95	30	29	26	10
13	<u>TD-T</u>	Toronto-Dominion Bank	Financials	95	30	29	27	9
19	<u>CP-T</u>	Canadian Pacific Railway Ltd.	Industrials	94	28	30	26	10
19	<u>FTS-T</u>	Fortis Inc.	Utilities	94	32	27	25	10

19	<u>FNV-T</u>	Franco-Nevada Corp.	Materials	94	30	28	26	10
19	<u>MX-T</u>	Methanex Corp.	Materials	94	30	29	25	10
23	<u>CWB-T</u>	Canadian Western Bank	Financials	93	30	29	24	10
23	<u>GIL-T</u>	Gildan Activewear Inc.	Consumer Discretionary	93	29	29	25	10
23	<u>KEY-T</u>	Keyera Corp.	Energy	93	29	28	26	10
23	<u>NA-T</u>	National Bank of Canada	Financials	93	31	26	26	10
23	<u>PPL-T</u>	Pembina Pipeline Corp.	Energy	93	29	29	25	10
23	<u>T-T</u>	Telus Corp.	Communication Services	93	31	28	26	8
29	<u>AQN-T</u>	Algonquin Power & Utilities Corp.	Utilities	92	31	29	22	10
29	<u>BEI.UN-T</u>	Boardwalk REIT	Real Estate	92	27	30	25	10
29	<u>CPX-T</u>	Capital Power Corp.	Utilities	92	31	27	24	10
29	<u>MG-T</u>	Magna International Inc.	Consumer Discretionary	92	30	26	26	10

33	<u>BCE-T</u>	BCE Inc.	Communicatio n Services	91	31	25	25	10
33	<u>GRT.UN-T</u>	Granite REIT	Real Estate	91	32	28	22	9
33	<u>K-T</u>	Kinross Gold Corp.	Materials	91	31	25	25	10
33	<u>LB-T</u>	Laurentian Bank of Canada	Financials	91	29	26	26	10
33	<u>MAG-T</u>	MAG Silver Corp.	Materials	91	30	27	24	10
33	<u>STN-T</u>	Stantec Inc.	Industrials	91	30	25	26	10
33	<u>X-T</u>	TMX Group Ltd.	Financials	91	28	27	26	10
40	<u>CCO-T</u>	Cameco Corp.	Energy	90	32	26	25	7
40	<u>CVE-T</u>	Cenovus Energy Inc.	Energy	90	31	26	23	10
40	<u>ENB-T</u>	Enbridge Inc.	Energy	90	27	26	27	10
40	<u>H-T</u>	Hydro One Ltd.	Utilities	90	31	26	25	8
40	<u>INE-T</u>	Innergex Renewable Energy Inc.	Utilities	90	30	27	23	10
40	<u>NVU.UN-T</u>	Northview Apartment REIT	Real Estate	90	30	26	24	10

40	<u>REI.UN-T</u>	Riocan REIT	Real Estate	90	30	28	22	10
40	<u>WSP-T</u>	WSP Global Inc.	Industrials	90	30	26	24	10
48	<u>CGX-T</u>	Cineplex Inc.	Communicatio n Services	89	29	28	22	10
48	<u>FTT-T</u>	Finning International Inc.	Industrials	89	30	24	25	10
48	<u>SPB-T</u>	Superior Plus Corp.	Utilities	89	28	24	27	10
48	<u>TA-T</u>	TransAlta Corp.	Utilities	89	30	24	25	10
52	<u>AC-T</u>	Air Canada	Industrials	88	30	27	21	10
52	<u>FCR-T</u>	First Capital Realty Inc.	Real Estate	88	26	27	26	9
52	<u>HR.UN-T</u>	H&R REIT	Real Estate	88	28	28	22	10
52	<u>PSK-T</u>	PrairieSky Royalty Ltd.	Energy	88	30	25	23	10
56	<u>KMP.UN-T</u>	Killam Apartment REIT	Real Estate	87	28	25	25	9
56	<u>SAP-T</u>	Saputo Inc.	Consumer Staples	87	28	26	23	10
56	<u>SCL-T</u>	ShawCor Ltd.	Energy	87	28	25	24	10

56	<u>VET-T</u>	Vermilion Energy Inc.	Energy	87	25	26	26	10
56	<u>YRI-T</u>	Yamana Gold Inc.	Materials	87	28	25	24	10
61	<u>ARX-T</u>	ARC Resources Ltd.	Energy	86	28	26	22	10
61	<u>BTE-T</u>	Baytex Energy Corp.	Energy	86	27	25	25	9
61	<u>CHE.UN-T</u>	Chemtrade Logistics Income Fund	Materials	86	30	24	24	8
61	<u>CPG-T</u>	Crescent Point Energy Corp	Energy	86	30	23	26	7
61	<u>EFX-T</u>	Enerflex Ltd.	Energy	86	29	23	24	10
61	<u>GEI-T</u>	Gibson Energy Inc.	Energy	86	28	29	21	8
61	<u>NFI-T</u>	NFI Group Inc.	Industrials	86	30	24	22	10
61	<u>NTR-T</u>	Nutrien Ltd.	Materials	86	30	24	22	10
61	<u>TIH-T</u>	Toromont Industries Ltd.	Industrials	86	29	23	25	9
61	<u>WJA-T</u>	WestJet Airlines Ltd.	Industrials	86	28	27	21	10
71	<u>CRR.UN-T</u>	Crombie REIT	Real Estate	85	28	27	22	8

71	<u>IMG-T</u>	Iamgold Corp.	Materials	85	27	24	24	10
71	<u>PKI-T</u>	Parkland Fuel Corp.	Energy	85	27	25	23	10
74	<u>AGI-T</u>	Alamos Gold Inc.	Materials	84	28	24	23	9
74	<u>CAE-T</u>	CAE Inc.	Industrials	84	28	25	21	10
74	<u>CAR.UN-T</u>	Canadian Apartment Properties REIT	Real Estate	84	27	24	23	10
74	<u>DGC-T</u>	Detour Gold Corp.	Materials	84	22	29	24	9
74	<u>ERF-T</u>	Enerplus Corp.	Energy	84	28	23	26	7
74	<u>FRU-T</u>	Freehold Royalties Ltd.	Energy	84	27	24	23	10
74	<u>HCG-T</u>	Home Capital Group Inc.	Financials	84	31	18	26	9
74	<u>HBM-T</u>	HudBay Minerals Inc.	Materials	84	27	22	26	9
74	<u>RBA-T</u>	Ritchie Bros. Auctioneers Inc.	Industrials	84	29	22	23	10
74	<u>WPM-T</u>	Wheaton Precious Metals Corp.	Materials	84	29	23	24	8

84	<u>ABX-T</u>	Barrick Gold Corp.	Materials	83	25	21	27	10
84	<u>DSG-T</u>	Descartes Systems Group Inc.	Information Technology	83	29	23	21	10
84	<u>DIR.UN-T</u>	Dream Industrial REIT	Real Estate	83	28	25	21	9
84	<u>ECA-T</u>	Encana Corp.	Energy	83	26	22	25	10
84	<u>IPL-T</u>	Inter Pipeline Ltd.	Energy	83	31	18	24	10
84	<u>RUS-T</u>	Russel Metals Inc.	Industrials	83	28	22	23	10
84	<u>VII-T</u>	Seven Generations Energy Ltd.	Energy	83	28	27	20	8
91	<u>AP.UN-T</u>	Allied Properties REIT	Real Estate	82	30	24	20	8
91	<u>BAD-T</u>	Badger Daylighting Inc.	Industrials	82	27	20	25	10
91	<u>CCA-T</u>	Cogeco Communications Inc.	Communications Services	82	28	24	21	9
91	<u>MFI-T</u>	Maple Leaf Foods Inc.	Consumer Staples	82	28	23	21	10

91	<u>PAAS-T</u>	Pan American Silver Corp.	Materials	82	28	22	23	9
91	<u>WCP-T</u>	Whitecap Resources Inc.	Energy	82	22	24	26	10
97	<u>AEM-T</u>	Agnico-Eagle Mines Ltd.	Materials	81	28	21	22	10
97	<u>BHC-T</u>	Bausch Health Companies Inc.	Health Care	81	22	26	23	10
97	<u>BYD.UN-T</u>	Boyd Group Income Fund	Industrials	81	24	25	23	9
97	<u>CUF.UN-T</u>	Cominar REIT	Real Estate	81	28	24	21	8
97	<u>EDV-T</u>	Endeavour Mining Corp.	Materials	81	24	23	26	8
97	<u>EIF-T</u>	Exchange Income Corp.	Industrials	81	29	21	22	9
97	<u>SRU.UN-T</u>	SmartCentres REIT	Real Estate	81	22	30	20	9
104	<u>CLS-T</u>	Celestica Inc.	Information Technology	80	30	27	13	10
104	<u>EMP.A-T</u>	Empire Company Ltd.	Consumer Staples	80	26	24	20	10
104	<u>WN-T</u>	George Weston Ltd.	Consumer Staples	80	24	21	25	10

104	<u>MEG-T</u>	MEG Energy Corp.	Energy	80	26	25	20	9
104	<u>OTEX-T</u>	OpenText Corp.	Information Technology	80	27	25	21	7
104	<u>SES-T</u>	Secure Energy Services Inc.	Energy	80	25	22	23	10
104	<u>SSRM-T</u>	SSR Mining Inc.	Materials	80	29	20	21	10
104	<u>TFII-T</u>	TFI International Inc.	Industrials	80	24	27	19	10
112	<u>ALA-T</u>	AltaGas Ltd.	Utilities	79	27	25	19	8
112	<u>CNQ-T</u>	Canadian Natural Resources Ltd.	Energy	79	24	25	22	8
112	<u>EFN-T</u>	Element Fleet Management Corp.	Financials	79	26	25	20	8
112	<u>IFP-T</u>	Interfor Corp.	Materials	79	24	21	24	10
112	<u>L-T</u>	Loblaw Companies Ltd.	Consumer Staples	79	25	21	23	10
112	<u>PBH-T</u>	Premium Brands Holdings Corp.	Consumer Staples	79	26	20	23	10
118	<u>AX.UN-T</u>	Artis REIT	Real Estate	78	28	19	23	8

118	<u>DRG.UN-T</u>	Dream Global REIT	Real Estate	78	27	19	23	9
118	<u>EXE-T</u>	Extendicare Inc.	Health Care	78	23	22	25	8
118	<u>SMF-T</u>	Semafo Inc.	Materials	78	24	23	24	7
122	<u>ARE-T</u>	Aecon Group Inc.	Industrials	77	26	19	24	8
122	<u>AIF-T</u>	Altus Group Ltd.	Real Estate	77	25	25	18	9
122	<u>BAM.A-T</u>	Brookfield Asset Management Inc.	Financials	77	28	19	22	8
122	<u>CIX-T</u>	CI Financial Corp.	Financials	77	24	19	26	8
122	<u>D.UN-T</u>	Dream Office REIT	Real Estate	77	26	19	23	9
122	<u>ECN-T</u>	ECN Capital Corp.	Financials	77	28	24	19	6
122	<u>ELD-T</u>	Eldorado Gold Corp.	Materials	77	28	19	22	8
122	<u>MRE-T</u>	Martinrea International Inc.	Consumer Discretionary	77	26	19	22	10
122	<u>TECK.B-T</u>	Teck Resources Ltd.	Materials	77	27	25	15	10

122	<u>WFT-T</u>	West Fraser Timber Co. Ltd.	Materials	77	22	24	23	8
132	<u>AFN-T</u>	Ag Growth International Inc.	Industrials	76	25	20	21	10
132	<u>ASR-T</u>	Alacer Gold Corp.	Materials	76	19	26	23	8
132	<u>CHP.UN- T</u>	Choice Properties REIT	Real Estate	76	24	20	22	10
132	<u>FM-T</u>	First Quantum Minerals Ltd.	Materials	76	23	20	25	8
132	<u>NWC-T</u>	North West Company Inc.	Consumer Staples	76	24	26	20	6
132	<u>OR-T</u>	Osisko Gold Royalties Ltd.	Materials	76	23	25	20	8
138	<u>ATA-T</u>	ATS Automation Tooling Systems Inc.	Industrials	75	23	21	22	9
138	<u>BLX-T</u>	Boralex Inc.	Utilities	75	23	21	22	9
138	<u>CHR-T</u>	Chorus Aviation Inc.	Industrials	75	28	17	21	9
138	<u>ZZZ-T</u>	Sleep Country Canada Holdings Inc.	Consumer Discretionary	75	26	21	19	9

138	<u>RNW-T</u>	TransAlta Renewables Inc.	Utilities	75	24	26	15	10
138	<u>TRQ-T</u>	Turquoise Hill Resources Ltd.	Materials	75	25	22	23	5
144	<u>FSV-T</u>	FirstService Corp.	Real Estate	74	26	19	19	10
144	<u>TCLA-A-T</u>	Transcontinental Inc.	Industrials	74	26	23	15	10
144	<u>WCN-T</u>	Waste Connections Inc.	Industrials	74	18	24	26	6
147	<u>DOL-T</u>	Dollarama Inc.	Consumer Discretionary	73	25	19	22	7
147	<u>OSB-T</u>	Norbord Inc.	Materials	73	22	19	22	10
147	<u>NG-T</u>	NovaGold Resources Inc.	Materials	73	23	20	20	10
147	<u>TXG-T</u>	Torex Gold Resources Inc.	Materials	73	26	17	20	10
151	<u>GTE-T</u>	Gran Tierra Energy Inc.	Energy	72	20	24	18	10
151	<u>PSI-T</u>	Pason Systems Inc.	Energy	72	24	22	18	8
151	<u>TRI-T</u>	Thomson Reuters Corp.	Industrials	72	19	20	23	10

154	<u>AD-T</u>	Alaris Royalty Corp.	Financials	71	24	18	19	10
154	<u>CG-T</u>	Centerra Gold Inc.	Materials	71	26	17	22	6
154	<u>IMO-T</u>	Imperial Oil Ltd.	Energy	71	20	18	23	10
154	<u>ITP-T</u>	Intertape Polymer Group Inc.	Materials	71	20	22	20	9
154	<u>KXS-T</u>	Kinaxis Inc.	Information Technology	71	27	21	16	7
154	<u>KL-T</u>	Kirkland Lake Gold Ltd.	Materials	71	24	22	19	6
154	<u>LNR-T</u>	Linamar Corp.	Consumer Discretionary	71	25	20	17	9
161	<u>BCB-T</u>	Cott Corp.	Consumer Staples	70	21	21	22	6
161	<u>SMU.UN-T</u>	Summit Industrial Income REIT	Real Estate	70	18	24	19	9
163	<u>ATD.B-T</u>	Alimentation Couche-Tard Inc.	Consumer Staples	69	21	22	17	9
163	<u>GC-T</u>	Great Canadian Gaming Corp.	Consumer Discretionary	69	23	20	19	7

165	<u>PXT-T</u>	Parex Resources Inc.	Energy	68	23	20	19	6
165	<u>PVG-T</u>	Pretium Resources Inc.	Materials	68	20	22	21	5
165	<u>TSGL-T</u>	The Stars Group Inc.	Consumer Discretionary	68	19	21	21	7
168	<u>ACB-T</u>	Aurora Cannabis Inc.	Health Care	67	20	21	17	9
168	<u>LUN-T</u>	Lundin Mining Corp.	Materials	67	19	18	23	7
168	<u>NWH.UN-T</u>	NorthWest Healthcare Properties REIT	Real Estate	67	19	23	16	9
171	<u>BTO-T</u>	B2Gold Corp.	Materials	65	19	22	18	6
171	<u>BB-T</u>	BlackBerry Ltd.	Information Technology	65	22	16	19	8
171	<u>BBD.B-T</u>	Bombardier Inc.	Industrials	65	22	20	14	9
171	<u>CAS-T</u>	Cascades Inc.	Materials	66	20	18	20	8
171	<u>CCL.B-T</u>	CCL Industries Inc.	Materials	65	23	24	9	9
171	<u>FEC-T</u>	Frontera Energy Corp.	Energy	65	20	17	20	8
171	<u>NPI-T</u>	Northland Power Inc.	Utilities	65	17	23	22	3

171	<u>PWF-T</u>	Power Financial Corp.	Financials	65	16	21	20	8
171	<u>QBR.B-T</u>	Quebecor Inc.	Communication Services	65	26	15	15	9
180	<u>HSE-T</u>	Husky Energy Inc.	Energy	64	18	18	19	9
180	<u>TOY-T</u>	Spin Master Corp.	Consumer Discretionary	64	15	27	12	10
182	<u>CTC.A-T</u>	Canadian Tire Corp. Ltd.	Consumer Discretionary	63	26	19	12	6
182	<u>CU-T</u>	Canadian Utilities Ltd.	Utilities	63	22	19	13	9
182	<u>ENGH-T</u>	Enghouse Systems Ltd.	Information Technology	63	16	18	22	7
182	<u>MIC-T</u>	Genworth MI Canada Inc.	Financials	63	17	16	21	9
182	<u>RCLB-T</u>	Rogers Communications Inc.	Communication Services	63	23	18	12	10
182	<u>SJR.B-T</u>	Shaw Communications Inc.	Communication Services	63	23	22	9	9
188	<u>CJT-T</u>	Cargojet Inc.	Industrials	62	21	20	14	7
188	<u>RCH-T</u>	Richelieu Hardware Ltd.	Industrials	62	25	15	20	2

188	<u>TOU-T</u>	Tourmaline Oil Corp.	Energy	62	21	14	17	10
191	<u>HBC-T</u>	Hudson's Bay Co.	Consumer Discretionary	61	20	17	19	5
191	<u>MTL-T</u>	Mullen Group Ltd.	Industrials	61	20	17	17	7
191	<u>OGC-T</u>	OceanaGold Corp.	Materials	61	19	16	23	3
191	<u>SSL-T</u>	Sandstorm Gold Ltd.	Materials	61	20	17	16	8
191	<u>TCN-T</u>	Tricon Capital Group Inc.	Real Estate	61	20	14	18	9
196	<u>GIB.A-T</u>	CGI Group Inc.	Information Technology	58	25	14	9	10
196	<u>QSR-T</u>	Restaurant Brands International Inc.	Consumer Discretionary	58	14	18	23	3
198	<u>CFP-T</u>	Canfor Corp.	Materials	57	17	14	20	6
198	<u>CSU-T</u>	Constellation Software Inc.	Information Technology	57	13	20	23	1
198	<u>ONEX-T</u>	Onex Corp.	Financials	57	20	18	11	8
201	<u>CIGI-T</u>	Colliers International Group Inc.	Real Estate	56	22	21	4	9

202	<u>ATZ-T</u>	Aritzia Inc.	Consumer Discretionary	55	19	20	12	4
202	<u>ACO.X-T</u>	Atco Ltd.	Utilities	55	17	18	11	9
202	<u>ERO-T</u>	Ero Copper Corp.	Materials	55	16	18	14	7
202	<u>FR-T</u>	First Majestic Silver Corp.	Materials	55	22	9	18	6
202	<u>IVN-T</u>	Ivanhoe Mines Ltd.	Materials	55	15	17	16	7
202	<u>SJ-T</u>	Stella-Jones Inc.	Materials	55	22	8	19	6
208	<u>GWO-T</u>	Great-West Lifeco Inc.	Financials	54	15	18	13	8
209	<u>DOO-T</u>	BRP Inc.	Consumer Discretionary	52	12	18	12	10
209	<u>IGM-T</u>	IGM Financial Inc.	Financials	52	12	16	18	6
209	<u>IIP.UN-T</u>	InterRent REIT	Real Estate	52	20	12	17	3
212	<u>LIF-T</u>	Labrador Iron Ore Royalty Corp.	Materials	51	17	12	19	3
213	<u>FFH-T</u>	Fairfax Financial Holdings Ltd.	Financials	50	16	22	8	4

213	<u>POW-T</u>	Power Corp. of Canada	Financials	50	15	19	8	8
215	<u>APHA-T</u>	Aphria Inc.	Health Care	49	12	16	14	7
215	<u>SHOP-T</u>	Shopify Inc.	Information Technology	49	21	14	8	6
217	<u>CRON-T</u>	Cronos Group Inc.	Health Care	48	14	14	14	6
217	<u>WPK-T</u>	Winpak Ltd.	Materials	48	10	12	23	3
219	<u>WTE-T</u>	Westshore Terminals Investment Corp.	Industrials	47	8	19	20	0
220	<u>GOOS-T</u>	Canada Goose Holdings Inc.	Consumer Discretionary	46	15	14	9	8
221	<u>GUD-T</u>	Knight Therapeutics Inc.	Health Care	45	22	8	14	1
222	<u>MTY-T</u>	MTY Food Group Inc.	Consumer Discretionary	42	10	15	15	2
223	<u>HEXO-T</u>	HEXO Corp.	Health Care	40	14	11	12	3
224	<u>WEED-T</u>	Canopy Growth Corp.	Health Care	38	11	12	14	1

ANNEXE 11

L'ANALYSE DES RANGS – TESTS MANN WHITNEY U

		NeutMédiane				NeutMoyenne		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
IMAGEjt	Moins que médiane	93	92.58	8609.5	Moins que moyenne	84	96.49	8105.5
	Plus que médiane	90	91.41	8226.5	Plus que moyenne	99	88.19	8730.5
	Total	183			Total	183		
GOUVjt	Moins que médiane	90	80.93	7284	Moins que moyenne	81	81.44	6597
	Plus que médiane	88	98.26	8647	Plus que moyenne	97	96.23	9334
	Total	178			Total	178		
COMMjt	Moins que médiane	85	92.6	7871	Moins que moyenne	77	91.61	7054
	Plus que médiane	85	78.4	6664	Plus que moyenne	93	80.44	7481
	Total	170			Total	170		
ESPjt	Moins que médiane	83	84.75	7034.5	Moins que moyenne	74	84.25	6234.5
	Plus que médiane	77	75.92	5845.5	Plus que moyenne	86	77.27	6645.5
	Total	160			Total	160		
HORSESPjt	Moins que médiane	75	77.92	5844	Moins que moyenne	66	75.32	4971
	Plus que médiane	76	74.11	5632	Plus que moyenne	85	76.53	6505
	Total	151			Total	151		
FINBPAjt	Moins que médiane	92	94.91	8731.5	Moins que moyenne	83	94.27	7824.5
	Plus que médiane	89	86.96	7739.5	Plus que moyenne	98	88.23	8646.5
	Total	181			Total	181		
FINBNjt	Moins que médiane	89	89.29	7947	Moins que moyenne	80	89.71	7177
	Plus que médiane	84	84.57	7104	Plus que moyenne	93	84.67	7874
	Total	173			Total	173		

FINQRjt	Moins que médiane	72	73.71	5307	Moins que moyenne	67	72.03	4826
	Plus que médiane	71	70.27	4989	Plus que moyenne	76	71.97	5470
	Total	143			Total	143		
ACTIFSjt	Moins que médiane	92	88.25	8119	Moins que moyenne	83	84.14	6984
	Plus que médiane	90	94.82	8534	Plus que moyenne	99	97.67	9669
	Total	182			Total	182		
ROAjt	Moins que médiane	92	91.7	8436	Moins que moyenne	83	94.87	7874
	Plus que médiane	90	91.3	8217	Plus que moyenne	99	88.68	8779
	Total	182			Total	182		

		ExhMédiane				ExhMoyenne		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
IMAGEjt	Moins que médiane	93	90.46	8412.5	Moins que moyenne	88	91.22	8027.5
	Plus que médiane	95	98.46	9353.5	Plus que moyenne	100	97.39	9738.5
	Total	188			Total	188		
GOUVjt	Moins que médiane	91	83.21	7572	Moins que moyenne	86	83.24	7159
	Plus que médiane	92	100.7	9264	Plus que moyenne	97	99.76	9677
	Total	183			Total	183		
COMMjt	Moins que médiane	84	93.77	7876.5	Moins que moyenne	80	95.97	7677.5
	Plus que médiane	91	82.68	7523.5	Plus que moyenne	95	81.29	7722.5
	Total	175			Total	175		
ESPjt	Moins que médiane	84	71.93	6042	Moins que moyenne	80	72.04	5763
	Plus que médiane	80	93.6	7488	Plus que moyenne	84	92.46	7767
	Total	164			Total	164		
HORSESPjt	Moins que médiane	83	72.82	6044	Moins que moyenne	79	72.52	5729
	Plus que médiane	72	83.97	6046	Plus que moyenne	76	83.7	6361
	Total	155			Total	155		
FINBPAjt	Moins que médiane	92	93.69	8619.5	Moins que moyenne	87	94.33	8206.5
	Plus que médiane	94	93.31	8771.5	Plus que moyenne	99	92.77	9184.5
	Total	186			Total	186		
FINBNjt	Moins que médiane	85	89.71	7625	Moins que moyenne	82	90.83	7448
	Plus que médiane	93	89.31	8306	Plus que moyenne	96	88.36	8483
	Total	178			Total	178		
FINQRjt	Moins que médiane	71	77.58	5508	Moins que moyenne	67	77.33	5181
	Plus que médiane	77	71.66	5518	Plus que moyenne	81	72.16	5845

ACTIFSjt	Total	148			Total	148		
	Moins que médiane	92	90.7	8344	Moins que moyenne	87	90.14	7842
	Plus que médiane	95	97.2	9234	Plus que moyenne	100	97.36	9736
ROAjt	Total	187			Total	187		
	Moins que médiane	92	91.29	8399	Moins que moyenne	87	91.02	7919
	Plus que médiane	95	96.62	9179	Plus que moyenne	100	96.59	9659
	Total	187			Total	187		

		VérifMédiane				VérifMoyenne		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
IMAGEjt	Moins que médiane	22	30.27	666	Moins que moyenne	22	30.27	666
	Plus que médiane	32	25.59	819	Plus que moyenne	32	25.59	819
	Total	54			Total	54		
GOUVjt	Moins que médiane	22	33.36	734	Moins que moyenne	22	33.36	734
	Plus que médiane	30	21.47	644	Plus que moyenne	30	21.47	644
	Total	52			Total	52		
ACTIFSjt	Moins que médiane	22	32	704	Moins que moyenne	22	32	704
	Plus que médiane	32	24.41	781	Plus que moyenne	32	24.41	781
	Total	54			Total	54		
ROAjt	Moins que médiane	22	26.64	586	Moins que moyenne	22	26.64	586
	Plus que médiane	32	28.09	899	Plus que moyenne	32	28.09	899
	Total	54			Total	54		

		ObfusMédiane				ObfusMoyenne		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
IMAGEjt	Moins que médiane	58	57.44	3331.5	Moins que moyenne	88	58.15	5117.5
	Plus que médiane	60	61.49	3689.5	Plus que moyenne	30	63.45	1903.5
	Total	118			Total	118		
FINBPajt	Moins que médiane	57	63.39	3613.5	Moins que moyenne	86	62.17	5346.5
	Plus que médiane	59	53.77	3172.5	Plus que moyenne	30	47.98	1439.5
	Total	116			Total	116		
FINBNjt	Moins que médiane	53	63.58	3370	Moins que moyenne	81	58.68	4753
	Plus que médiane	57	47.98	2735	Plus que moyenne	29	46.62	1352
	Total	110			Total	110		
FINQRjt	Moins que médiane	39	41.82	1631	Moins que moyenne	66	42.59	2811
	Plus que médiane	49	46.63	2285	Plus que moyenne	22	50.23	1105
	Total	88			Total	88		
ACTIFSjt	Moins que médiane	57	55.25	3149	Moins que moyenne	87	57.16	4973
	Plus que médiane	60	62.57	3754	Plus que moyenne	30	64.33	1930
	Total	117			Total	117		
ROAjt	Moins que médiane	57	52.49	2992	Moins que moyenne	87	59.1	5142
	Plus que médiane	60	65.18	3911	Plus que moyenne	30	58.7	1761
	Total	117			Total	117		

	FLESCHMédiane				FLESCHMoyenne			
		N	Mean Rank	Sum of Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
IMAGEjt	Moins que médiane	77	71.66	5518	Moins que moyenne	79	70.99	5608.5
	Plus que médiane	79	85.16	6728	Plus que moyenne	77	86.2	6637.5
	Total	156			Total	156		
FINBPajt	Moins que médiane	75	78.64	5898	Moins que moyenne	77	79.34	6109
	Plus que médiane	79	76.42	6037	Plus que moyenne	77	75.66	5826
	Total	154			Total	154		
FINBNjt	Moins que médiane	73	73.01	5330	Moins que moyenne	75	72.45	5434
	Plus que médiane	74	74.97	5548	Plus que moyenne	72	75.61	5444
	Total	147			Total	147		
FINQRjt	Moins que médiane	60	55.03	3302	Moins que moyenne	62	55.02	3411
	Plus que médiane	62	67.76	4201	Plus que moyenne	60	68.2	4092
	Total	122			Total	122		
ACTIFSjt	Moins que médiane	76	86.33	6561	Moins que moyenne	78	86.51	6748
	Plus que médiane	79	69.99	5529	Plus que moyenne	77	69.38	5342
	Total	155			Total	155		
ROAjt	Moins que médiane	76	76.32	5800	Moins que moyenne	78	77.71	6061
	Plus que médiane	79	79.62	6290	Plus que moyenne	77	78.3	6029
	Total	155			Total	155		

		FKGLMédiane				FKGLMoyenne		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
IMAGEjt	Moins que médiane	72	86.8	6249.5	Moins que moyenne	84	86.36	7254.5
	Plus que médiane	84	71.39	5996.5	Plus que moyenne	72	69.33	4991.5
	Total	156			Total	156		
FINBPajt	Moins que médiane	71	78.11	5546	Moins que moyenne	83	76.31	6334
	Plus que médiane	83	76.98	6389	Plus que moyenne	71	78.89	5601
	Total	154			Total	154		
FINBNjt	Moins que médiane	67	77.61	5200	Moins que moyenne	79	74.59	5893
	Plus que médiane	80	70.97	5678	Plus que moyenne	68	73.31	4985
	Total	147			Total	147		
FINQRjt	Moins que médiane	58	65.26	3785	Moins que moyenne	69	65.01	4486
	Plus que médiane	64	58.09	3718	Plus que moyenne	53	56.92	3017
	Total	122			Total	122		
ACTIFSjt	Moins que médiane	71	66.07	4691	Moins que moyenne	83	70.14	5822
	Plus que médiane	84	88.08	7399	Plus que moyenne	72	87.06	6268
	Total	155			Total	155		
ROAjt	Moins que médiane	71	79.73	5661	Moins que moyenne	83	80.14	6652
	Plus que médiane	84	76.54	6429	Plus que moyenne	72	75.53	5438
	Total	155			Total	155		

		FOGMédiane				FOGMoyenne		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
IMAGEjt	Moins que médiane	76	83.37	6336	Moins que moyenne	81	84.94	6880.5
	Plus que médiane	80	73.88	5910	Plus que moyenne	75	71.54	5365.5
	Total	156			Total	156		
FINBPajt	Moins que médiane	75	76.57	5742.5	Moins que moyenne	80	77.88	6230.5
	Plus que médiane	79	78.39	6192.5	Plus que moyenne	74	77.09	5704.5
	Total	154			Total	154		
FINBNjt	Moins que médiane	72	81.85	5893	Moins que moyenne	77	81.1	6245
	Plus que médiane	75	66.47	4985	Plus que moyenne	70	66.19	4633
	Total	147			Total	147		
FINQRjt	Moins que médiane	61	64.9	3959	Moins que moyenne	64	64.81	4148
	Plus que médiane	61	58.1	3544	Plus que moyenne	58	57.84	3355
	Total	122			Total	122		
ACTIFSjt	Moins que médiane	75	65.76	4932	Moins que moyenne	80	66.71	5337
	Plus que médiane	80	89.48	7158	Plus que moyenne	75	90.04	6753
	Total	155			Total	155		
ROAjt	Moins que médiane	75	77.36	5802	Moins que moyenne	80	76.15	6092
	Plus que médiane	80	78.6	6288	Plus que moyenne	75	79.97	5998
	Total	155			Total	155		

		SMOGMédiane				SMOGMoyenne		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
IMAGEjt	Moins que médiane	72	81.85	5893	Moins que moyenne	82	84.96	6966.5
	Plus que médiane	84	75.63	6353	Plus que moyenne	74	71.34	5279.5
	Total	156			Total	156		
FINBPajt	Moins que médiane	71	73.65	5229.5	Moins que moyenne	81	75.75	6135.5
	Plus que médiane	83	80.79	6705.5	Plus que moyenne	73	79.45	5799.5
	Total	154			Total	154		
FINBNjt	Moins que médiane	69	78.75	5434	Moins que moyenne	78	79.44	6196
	Plus que médiane	78	69.79	5444	Plus que moyenne	69	67.86	4682
	Total	147			Total	147		
FINQRjt	Moins que médiane	60	61.28	3677	Moins que moyenne	67	61.01	4088
	Plus que médiane	62	61.71	3826	Plus que moyenne	55	62.09	3415
	Total	122			Total	122		
ACTIFSjt	Moins que médiane	71	68.73	4880	Moins que moyenne	81	67.32	5453
	Plus que médiane	84	85.83	7210	Plus que moyenne	74	89.69	6637
	Total	155			Total	155		
ROAjt	Moins que médiane	71	81.93	5817	Moins que moyenne	81	79.83	6466
	Plus que médiane	84	74.68	6273	Plus que moyenne	74	76	5624
	Total	155			Total	155		

